

Univerzita Karlova v Praze

Filozofická fakulta

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2010

Romana Elstnerová

Univerzita Karlova v Praze

Filozofická fakulta

Ústav translatologie

Bakalářská práce

Romana Elstnerová

Komentovaný překlad: La vida cotidiana de los españoles
(Amando de Miguel, Editorial Planeta: Barcelona, 2001,
kapitola 8: El atuendo y la moda)

Annotated translation: La vida cotidiana de los españoles
(Amando de Miguel, Editorial Planeta: Barcelona, 2001,
chapter 8: El atuendo y la moda)

Vedoucí práce: Prof. PhDr. Jana Králová, CSc.

Praha 2010

Ráda bych poděkovala Prof. PhDr. Janě Králové, CSc., za cenné rady, připomínky a čas, který mi věnovala.

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.

V Praze dne 21. 5. 2010

ANOTACE

Cílem této bakalářské práce je vytvořit funkčně ekvivalentní překlad odborného španělského textu o módě ve Španělsku z pohledu sociologie. Samotný překlad představuje první část této práce. Ve druhé části se pak nejprve celkově charakterizuje výchozí text a poté se přistupuje k nastínění hlavních problémů, které při překladu vyvstaly, a postupů užitých při jejich řešení. Jednotlivá překladatelská řešení jsou pak podložena konkrétními příklady z textu překladu.

ABSTRACT

The aim of this bachelor thesis is to create a functionally equivalent translation of the non-literary text in Spanish on the fashion in Spain from the sociological viewpoint. The translation constitutes the first part of the thesis. In the second part, the original text is analysed and the main translation problems are presented together with their solutions. These are accompanied by concrete examples from the target text.

KLÍČOVÁ SLOVA

Komentovaný překlad, móda, sociologie, společnost, Španělsko

KEYWORDS

Annotated translation, fashion, sociology, society, Spain

OBSAH

1	ÚVOD.....	7
2	TEXT PŘEKladu.....	8
3	KOMENTÁŘ K PŘEKladu	28
3.1	PŘEKladATELSKÁ ANALÝZA.....	28
3.1.1	AUTOR.....	28
3.1.2	FUNKCE KOMUNIKÁTU	29
3.1.3	RÁZ, KÓD, MÍRA PŘIPRAVENOSTI A FORMA SDĚLENÍ	29
3.1.4	SITUACE A PROSTŘEDÍ, ADRESÁT	29
3.1.5	TÉMA	30
3.1.6	FUNKČNÍ STYL A SLOHOVÝ POSTUP	30
3.2	CÍLOVÝ ČTENÁŘ PŘEKladu	31
3.3	PŘEKladATELSKÁ STRATEGIE	31
3.4	PŘEKladATELSKÉ PROBLÉMY NA GRAMATICKÉ A SYNTAKTICKÉ ROVINĚ.....	32
3.4.1	TRANSPOZICE	32
3.4.2	EXPLICITACE A ROZŠÍŘOVÁNÍ TEXTU.....	34
3.4.3	POLOVĚTNÉ VAZBY	37
3.4.4	AKTUÁLNÍ ČLENĚNÍ VÝPOVĚDI	38
3.4.5	HISTORICKÝ PRÉZENS	39
3.4.6	INTERPUNKCE.....	39
3.5	PŘEKladATELSKÉ PROBLÉMY NA LEXIKÁLNÍ ROVINĚ	40
3.5.1	TERMINOLOGIE	40
3.5.2	SYNONYMA	42
3.5.3	MNOHOVÝZNAMOVÁ SLOVA.....	43
3.6	PŘEKladATELSKÉ PROBLÉMY NA STYLISTICKÉ ROVINĚ.....	43

3.6.1	EXPRESIVITA.....	44
3.6.2	KOHEZE	46
3.6.3	VLASTNÍ JMÉNA A REÁLIE	48
3.6.4	KONTAKT SE ČTENÁŘI	51
3.6.5	MODULACE.....	52
3.6.6	VYNECHÁNÍ.....	53
4	ZÁVĚR.....	55
5	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	56
6	PŘÍLOHA – TEXT ORIGINÁLU	58

SEZNAM ZKRATEK

O – text originálu

P – text překladu

1 ÚVOD

Pro překlad, na němž je tato bakalářská práce postavena, jsem si vybrala kapitolu o módě ze sociologicky zaměřené knihy o každodenním životě Španělů. O španělských reáliích toho bylo napsáno mnoho, ale na každodenní realitu se příliš autorů nesoustředí, a proto jsem zvolila právě tento text.

Po samotném překladu bude následovat komentář, ve kterém se vyjádřím k jednotlivým překladatelským problémům, na které jsem v textu narazila, a ke způsobům, jak jsem je řešila. Komentované otázky budou orientačně rozděleny do jednotlivých jazykových rovin. Vzhledem ke skutečnosti, že se všechny tyto roviny překrývají, však bude užité členění opravdu pouze orientační.

Literatury zabývající se otázkami překladu mezi španělským a českým jazykem je poměrně málo. Mimo uvedených zdrojů se tedy budu v celé práci opírat především o české stylistické poznatky a o své vlastní závěry.

2 TEXT PŘEKLADU

VIII. KAPITOLA

OBLEČENÍ A MÓDA

Způsob oblékání běžných lidí se po několik staletí téměř neměnil. K zásadním změnám začalo docházet až během uplynulých sto padesáti let, kdy tradiční společnost přecházela ve společnost moderní. Některé části oděvu se osvobodily od dlouholetých konvencí, a tak vznikla řada módních novinek. Dnes například není ve zvyku nosit pokrývku hlavy. Tato móda vznikla na konci války, která se odehrávala mezi lety 1939 a 1945, války, jež nebyla přímo světová. Celosvětové však byly její důsledky, kupříkladu právě odklon od nošení klobouků. Ještě před sto lety každý nejenže nosil pokrývku hlavy, ale ani výběr tohoto doplňku nebyl náhodný – byl dán společenským postavením. Tato skutečnost však není nijak překvapující, v Evropě totiž byla běžná nejméně po dobu posledních tisíc let. Dnešní prostovlasost je vskutku historickou výjimkou. V současné době pokrývku hlavy prosazuje jen sportovní móda. Vezměme si například celosvětově rozšířenou baseballovou čepici, která pochází ze Spojených států. Velmi populární je rozmar nosit tuto čepici s kšilem otočeným dozadu, jenž se také zrodil v rámci severoamerické módy a později obohatil způsob oblékání na celém světě. Dalším význačným módním artiklem dovezeným ze Spojených států jsou džíny, které se ve Španělsku nazývají „kovbojské kalhoty“.

Vybraná ženská móda se už po více než sto let výrazně mění, ale přesto si zachovává jednu stálou vlastnost – nechává na odiv velkou část těla. Míra odhalení přitom závisí na zvyklostech daných cudností. Toto platí minimálně ve vztahu k mužskému způsobu

oblékání, jehož pravidla předepisují odhalovat pouze velmi malou část těla. Samozřejmě stále hovořím o elegantní módě. Pro dámskou módu je také typické, že by se obnažené části těla, jako ruce, dekolt, krk a hlava, měly zdobit předměty z ušlechtilých kovů, drahokamů či napodobenin těchto materiálů. Tato zásada přetrvává dodnes, i když samotné dámské oblečení se značně zjednodušilo. Dnešní elegantní ženy na sobě stále nosí mnohem větší množství kovu a více či méně drahých kamenů než muži. Vytoužená rovnost pohlaví tedy naráží na tuto nápadnou výjimku, kterých však bude jistě více.

Trik ženské módy spočívá v odhalení podstatné části těla současně s jeho cudným zahalením. Vrcholným gestem studu je zakrytí kolen pomocí ruky nebo kabelky v případě, že žena sedí. Sukně umožňuje vidět lýtka, podkolení a stále častěji i stehna, ale zmíněné gesto, které je často doprovázeno marným popotahováním sukně, nám připomíná neustálou ambivalenci mezi zahalováním a vystavováním na odiv. Oděv je rozhodně mnohem erotičtější než nahota.

Velmi výraznou změnou ve španělských ulicích je faktické vymizení vojenských a církevních stejnokrojů, které byly kdysi neodmyslitelnou součástí pouličního prostředí. Ani sluhové a řidiči už většinou nemusí nosit uniformu, a tak se zdá, že se v tomto směru napomáhá určité demokratizaci odívání. Tak tomu však není. Některé stejnokroje mizí, ale jiné vystupují do popředí a rychle se šíří. Všudypřítomní jsou pracovníci soukromých bezpečnostních služeb a na obchodních jednáních i jiných společenských setkáních vzrůstá počet hostesek. Podniky rychlého občerstvení své zaměstnance oblékají do nápadných uniforem a lidé, kteří se věnují nebezpečnému cyklistickému sportu, se převlékají do barevného oblečení s různými znaky. Španělům se stejnokroje pořád líbí, ať už se tvrdí cokoliv.

Uniforma přinejmenším budí dojem stálého zaměstnání. Tento dojem chce vyvolat například pracovník obsluhy parkoviště, když si nasadí služební čepici. Jde o zdání autority.

Navzdory obecné tendenci k rovnosti je oblečení stále prvkem odlišujícím příslušníky různých sociálních tříd. Zaměstnání, která vyžadují speciální oděv, uniformu, mají odjakživa velký společenský význam. Uniformovaní lidé se tak stávají členy určité privilegované skupiny. Bílý plášť zdravotnického personálu nemá zamezovat nákaze mikroby. Jeho úkolem je udržovat odstup od pacientů či zbytku zaměstnanců. Podobně je tomu se soudcovskými a advokátními taláry, jejichž funkcí není udržovat čistotu civilního oděvu nebo bojovat proti mrazivému prostředí justičních paláců. Mají identifikovat právníky v případě, že se chtějí separovat od svých klientů, možných zločinců.

Velmi zajímavý je vývoj užívání barev na oblečení. Po staletí, až do poloviny devatenáctého století, kdy byla vynalezena chemická barviva, bylo barvení oděvů značně drahou záležitostí. Používaly se k tomu rostliny, které byly poměrně vzácné, a některé druhy hmyzu, například svinka. Metody barvení byly tak drahé, že se do živých barev oblékaly jen vysoce postavené osoby. V tomto předchemickém období si pak lidé nejvíce cenili právě sytě barevných oděvů. Většina šatů byla hnědá nebo bílá, na mnišský způsob. Zjevnou výjimkou v užívání barev ovšem byly šaty aristokracie a královské rodiny. Jednalo se o módu přísně černých oděvů, kterou nastolil Filip II., jíž se řídila nejen španělská šlechta. To, co se zdálo být rysem strohosti, však spíše znamenalo luxus. Španělští dobyvatelé objevili na karibském pobřeží rostlinu, z níž se získávalo zářivě černé barvivo, které bylo podobné barvě gagátu (též známému jako černý jantar, španělsky *azabache*). Po tomto nerostu pak bylo nové barvivo,

jež bylo tak sytě černé jako žádné jiné, pojmenováno. Tato velmi drahá barvicí látka byla snad jediná, která se používala na šaty pro Filipa II. Do té doby byla černá barva spíše nahnědlá a postrádala půvab. Byla to vybranost, nikoliv strohost, co charakterizovalo oděv Filipa II.

K objevu anilinových neboli syntetických barviv došlo roku 1856. Oslavování barvy šatů tedy začalo až ve druhé polovině devatenáctého století. Důležitou skutečností je, že od té doby už barevné oblečení nepřísluší pouze bohatým lidem. Větší rozmanitost barev oblečení je tak dostupná všem společenským vrstvám. Platí to přinejmenším pro módu ženskou. Jednotvárnost pánských oděvů pak rozbíjí kravata. Jejích vzorů je na tisíce, neboť představivosti se, v tomto extrémním případě, meze nekladou. Přesto se však najdou muži, kteří rozhodně odmítají kravatu nosit. Tato část oděvu se jim totiž zřejmě zdá příliš formální. Jedná se například o univerzitní studenty a lídry některých nacionalistických stran. Je to zvláštní, ale pokud dostatečně známý muž nemá kravatu, upoutává na sebe mnohem více pozornosti, než kdyby ji měl. Jde o určitý způsob odlišení se od ostatních, jehož využívají někteří umělci.

Před sto lety byla nejnápadnějším rysem ženského oblečení obrovská rozdílnost oděvů žen odlišných společenských postavení. Existovaly také různé regionální obměny oděvů, které se již dnes nevyskytují. Příslušnice madridské aristokracie si nechávaly zhotovovat oblečení v Paříži anebo jim alespoň jejich šaty vyráběly krejčovské vydávající se za Francouzky. Je přitom důležité mít na paměti, jak moc byla tehdy francouzská kultura přitažlivá. Z Paříže nepřicházela jen móda, ale také myšlenky. Stačí připomenout, že kolem roku 1900 byly v Barceloně časté politické manifestace radikálních skupin, které podporovaly připojení Katalánska k Francii.

Oproti toaletám zámožných žen však stály skromné šaty z perkálu, které si pro sebe šily pracující madridské ženy, jak vypovídají svědectví sebraná Pilar Folguerovou. Na těchto prostých šatech pak nosily přehoz nebo šátek. Střevíce si tyto ženy obouvaly jen v neděli a denně chodily v trepkách či konopných polobotkách, které byly většinou také domácí výroby. Hlavu si pokrývaly šátkem, jenž odpovídal klobouku, který byl vyhrazen vznešeným ženám. Na základě oděvu lze na pouličních snímcích z tehdejší doby dobře rozpoznat různé společenské postavení jednotlivých osob. Oblečení pro děti z nižších, a často i středních, společenských tříd se vyrábělo doma přešíváním šatů obrácených naruby po starších členech rodiny.

Tradiční společnost stanovila výrazný rozdíl mezi vznešenými osobami, malou menšinou, a všemi ostatními lidmi. Elegance spočívala v tom, že oděv, obuv, doplňky i účes odpovídali určité denní době. Jistý subtilní význam se přisuzoval také vhodným kombinacím barev. Většina těchto pravidel vkusu se již nedodrжуje, ale určitého ideálu elegance se dnes snaží dosáhnout rozhodně širší společenská vrstva. V současné době však tento ideál závisí možná více na individuálním vkusu než na konvencích daných společenskými třídami. Na druhou stranu ovšem existují pevně dané tendence, které vedou k výrazným změnám ve způsobu oblékání a které mají dopad na celou společnost. Zjevné je například směřování k pohodlnosti.

Změny ve způsobu odívání se nejradikálněji projevíly u plážového oblečení. V příručce slušného chování z počátku dvacátého století, jejíž autorkou je spisovatelka a novinářka Carmen de Burgos, se o dámském plaveckém úboru dozvídáme: „K plavání je určen oděv, jenž sestává z kalhot a halenky s krátkými rukávy, pod níž se nosí tílko a korzet vyztužený koženými pásky, který podepírá prsa. Některé ženy k tomuto oblečení nosí i punčochy a polobotky.“

Každý si jistě všimne, jak velký je rozdíl mezi takto popisovanými plavkami a těmi současnými. Bikiny existují již více než půl století a v posledních letech se dokonce často nosí pouze jejich spodní část, jež je navíc čím dál méně zahalující. Pánský plavecký úbor se v polovině 20. století zbavil nátělníku a od té doby už se moc nemění.

Móda ve smyslu určitého způsobu oblékání, obouávání, nošení jistých účesů, doplňků a ozdob či používání určitých předmětů osobní potřeby nám může připadat jako banální a povrchní kult, ale tak tomu není. Ani módní novinky nevznikají jen tak pro nic za nic. Vše se odvíjí od určité ekonomické hojnosti, jež jednoduše umožňuje měnit způsob oblékání díky větším možnostem výběru. Tento proces začal v Evropě kolem osmnáctého století, přičemž zpočátku módu následovala pouze privilegovaná společenská vrstva, šlechta. Během devatenáctého století se však vliv módy rozšířil i na střední třídu a ve století dvacátém se pak móda stává všeobecnou záležitostí a dotýká se celé společnosti. Móda předpokládá potlačení osobního vkusu a soustavné přizpůsobování se „tomu, co se nosí.“ Kdyby se toto nedělo, tak by se, vzhledem k ekonomickému blahobytu současné společnosti, oděvy vybíraly úplně náhodně. Naprosto svobodné rozhodování o výběru oblečení by však bylo jasnou chybou ekonomiky. Velmi obtížná by byla volba oděvu zvláště pro lidi s malou představivostí či špatným vkusem. Ve společnosti by to pak vypadalo jako na nikdy nekončícím maškarním bále. Další nevýhodou by byl zmatek ve společenských rolích – ve velkém divadle světa se kostýmy nemohou ponechat náhodě. Publikum tedy souhlasí s normami stanovujícími, co se v určitém období (jež může trvat i několik let) „nosí“, a ukázněně je dodržuje. Stanovení jistého vzoru oblékání na dlouhou dobu by však bylo národnímu hospodářství také

na škodu. Produkty průmyslových odvětví souvisejících s odíváním (například textil či obuv) by se totiž kvůli nadbytku zboží prodávaly pod cenou. Móda má tedy v celé situaci nastolit stabilní rovnováhu, a zabránit tak těmto dvěma extrémním scénářům. Způsob oblékání není ani pevně daný na celý život, ani se o něm nerozhoduje náhodně, z rozmaru. První případ se týká jen tradičních společností, v nichž byly oděvy, obuv a veškerá paráda drahou záležitostí. Střídání šatů byl přepych, který si mohla dovolit jen malá skupinka dvořanů či umělců, a i když se oděvy obměňovaly, výrazně se od sebe nelišily. Ke druhé z výše zmíněných krajních situací zase nikdy nedošlo. V opačném případě by se z každodenní skutečnosti stal maškarní bál a z vrtochu norma. Byl by to příliš drahý rozmar.

Nejedná se však pouze o ekonomickou otázku. Rovnováha, již s sebou móda přináší, dodává mnoha lidem, kteří by byli znepokojeni, kdyby se museli rozhodovat sami za sebe, pocit jistoty. K dosažení tohoto pocitu si jednoduše stačí obléknout (v souladu s individuálním společenským postavením) „to, co se nosí“. Ovšem jakmile se tato módou udržovaná stabilita naruší, můžeme se kvůli svému oděvu začít cítit směšně. Nicméně bez tohoto pocitu by móda neexistovala.

Způsob oblékání se tedy podřizuje opakujícím se obměnám, jejichž výskyt je proměnlivý nejen v závislosti na šatech a předmětech, ale také na lidech, kteří módní pravidla dodržují. Některé módní trendy přetrvávají tak dlouho, až se zdá, že nemají konce, čímž se přibližují tradičnímu modelu společnosti s ustáleným způsobem odívání. Vezměme si například úspěch džínových kalhot. Pro mládež na celém světě jsou stále téměř tak samozřejmou součástí šatníku, jako byla pro Římany tóga. Další stálou tendencí je prostovlasost, jež vládne v takzvaných západních zemích. S nelibostí ji sledují jen ortodoxní Židé. Z historického hlediska je však

prostovlasost opravdovou novinkou. Takřka ve všech společenstvech se totiž hlava nějakým způsobem zakrývala. Ustálená je také zásada, že muži nenosí sukně. Výjimkou nejsou ani Skotové, protože jejich kilt, jenž se navíc za sukni nepovažuje, je oděvem obřadním. Z téhož důvodu se nepokládá za opravdovou výjimku prostovlasosti záliba elegantních žen v nošení nápadných slaměných klobouků u příležitosti velkých svateb. Zmíněné odchylky od módních pravidel jsou však příznačné pro velmi významnou událost – současnou krizi módy jako instituce. Přestává být totiž jasné, co je vlastně elegantní.

Krise módy nastává tehdy, když značná část veřejnosti neuznává autoritu elegantních osob, arbitrů módy. Nejedná se však o to, že by se každý oblékal podle libosti. Existuje dokonce druh módy, jemuž se říká *ad lib* (zcela volný způsob oblékání, *ad libitum*), což je ovšem paradoxní. Způsob odívání *ad lib* je jen další módou s určitým typem šatů a vzorů, přičemž v tomto případě se využívá bílých, vzdušných látek a velkorysých velikostí. Krize se ubírá jiným směrem. Nedosáhla ještě fáze maškarního bálu, ale přibližuje se jí. Stačí se podívat na pestrobarevné oděvy turistů či oblečení účastníků některých mezinárodních shromáždění. Vnější pozorovatel by jen těžko určil, které oděvy jsou skutečně předepsané módou.

Móda je jedním ze sjednocujících prvků celého světa a ani v případě Španělska nepřipouští mnoho osobitých rysů. Patrná je snad jen určitá jednotvárnost oblečení, která je zde výraznější než v jiných komplexních či vyspělých společnostech a k níž dochází především z ekonomických důvodů. Obecně jsou to totiž méně bohaté či více chudé země, které zachovávají určitý vzor oblékání po delší dobu. Existuje však i mimoekonomická příčina tohoto jevu a ne nadarmo, neboť Španělsko již není chudou zemí. Danou příčinou (pokud se to tak dá nazvat) je skutečnost, že Španělé silně vnímají pocit

směšnosti. Je však také jisté, že tato vlastnost (ať už pozitivní či negativní – záleží na úhlu pohledu) velmi rychle mizí. Běžní Španělé, zejména muži, se cítí nepříjemně, pokud je jejich oděv odlišný, nápadný. Právě na extravagantní šaty naráží tradiční španělská nadávka – „*payaso*“ („šášek“). Mezi typické znaky klaunského oblečení pak patří pruhované vzory, ostré barvy či šle.

Tradiční společnost vyžadovala, aby vznešení, nebo jednoduše zámožní, lidé nosili stále dokonale čistou a lesknoucí se obuv. Proto byly na začátku dvacátého století ve městech jako Madrid stovky čističů bot, jejichž zákazníci byli, jak si lze lehce představit, kavalíři. Tento výraz je již zastaralý a pojmenovává ještě starší pozůstatek společenského stavu z doby, kdy se rozdíl ve společenském postavení odrážel v tom, zda lidé jezdili na koni (či v kočáře), nebo chodili pěšky. Tato společenská diferenciací pak nesla viditelné následky – boty kavalírů se leskly čistotou. „Páni“, co chtěli vypadat vznešeněji, než ve skutečnosti byli, si zase boty natírali dehtem, aby navodili zdání elegance, která jejich společenské třídě vlastní nebyla. Dnešní společnost už lakované obuvi nepřikládá takový význam a i čističi bot již téměř vymizeli. Španělé se však na mezinárodních shromážděních stále vyznačují čistotou svých bot.

S módou je spojována představa cyklu – nejedná se tedy jen o pouhý sled módních novinek. Části oděvu ani zásady vkusu navíc nejsou nespočetné, a proto jsou omezené i jejich výsledné kombinace. Změny ve způsobu oblékání jsou pak chtě nechtě následovány návratem k předchozí fázi módy. To, co se nosí dnes, se nosilo již dříve. Nezapomínejme, že ono „nosit“ se vztahuje k módě, jež je považována za elegantní, a ne k oblečení na doma. Díky cyklickému charakteru módy, jemuž podléhají i jednotlivé části oděvu, se časem vymezuje určitá struktura oděvu. To znamená, že změny ve způsobu

oblékání jsou jen dílčí a povrchové. Části oděvu se moc nemění. Muži si v osmnáctém století zvolili kalhoty (mimo jiné proto, aby mohli jezdit na koni) a k taláru se již nevrátili. Dokonce i tógu či sutanu, které jsou vyhrazeny pro obřadní akty, si oblékají přes kalhoty. V případě dámské módy se pak korzet devatenáctého století ve století dvacátém vyvinul v podprsenku, jež se nosí dodnes. Korzet prsa spíše nadzvedává, než podpírá, a v pánské módě mu odpovídají ramenní vycpávky.

Móda není pouhým sledem módních novinek. Dokazuje to skutečnost, že se k některým oděvům, stylům, vzorům a klasickým předmětům stále dokola a s chutí vracíme. Je například zajímavé, že umělá vlákna či syntetické materiály zcela nenahradily vlnu, hedvábí, bavlnu, len nebo kůži. Tyto tradiční, přírodní materiály navíc znovu nabývají na hodnotě, protože se vyrábějí v menší míře než látky syntetické. Nosit klasické oblečení je tedy v tomto případě nákladnější než následovat nejnovější módní trendy. Do hry vstupuje i pozoruhodný smysl hmatu, díky němuž vnímáme umělé materiály jinak než ty přírodní. Nikdy se kupříkladu neprosadilo nošení nylonového spodního prádla. Móda ve smyslu řady módních novinek však nutně neznamená mrhání penězi, vyumělkovanost či zálibu v pomíjivém. Móda má i racionální stránku a, až na některé výstřednosti, tíhne k stabilní rovnováze mezi opakováním a novostí. Oblečení, které se prezentuje na přehlídkových molech, bychom neměli zaměňovat za to, jež se skutečně nosí. Módní přehlídky mají jen zvýšit prestiž určitých módních značek. Podobně je tomu s vozy formule jedna – jsou možná dokonalé, ale nikdo si je nekupuje. To, co bylo řečeno ohledně módy v pravém slova smyslu, tedy způsobu odívání, by samozřejmě mohlo platit i o autech.

Proměnlivost módy se nevztahuje pouze k oblečení, k tomu, co tělo zahaluje. Mění se také způsob, jakým své tělo prezentujeme. Vezměme si například opálení. To vždy nebylo symbolem zahálky a distingovanosti. V tradiční společnosti naopak zámožní lidé dbali o to, aby jejich pleť byla bledá. Opálení bylo totiž v tehdejší době znakem namáhavé venkovní práce. Jen ty nejbezpečnější venkovanky si část obličeje zakrývaly šátkem, aby se tak chránily před slunečním zářením. Současná společnost vnímá opálení úplně obráceně. Dnes jsou to vysoce postavení lidé, kteří mohou být po celý rok opálení, protože cestují a rekreují se na plážích nebo v lyžařských střediscích. Dokonalého opálení lze také dosáhnout ve fitness centrech se speciálními lampami. Cyklus módy se však dovršuje, protože se opět začínáme vyhýbat přílišnému slunečnímu záření. Dnes se tak snažíme předcházet rakovině kůže, která kvůli ničení ozónové vrstvy atmosféry nabývá epidemického rázu. Takto alespoň zní oficiální zdůvodnění, jež se zdá být spíše astrologickým poznatkem. Ať je tomu jakkoliv, skutečností je, že si znovu, i když z jiných důvodů než dříve, ceníme určité bledosti. Toto ovšem není jediný případ, kdy se tradiční společnost a ta dnešní řídí stejnými zvyky, byť je odůvodňují jiným způsobem.

Móda je vždy nutně spojená s pokorou. Neexistuje totiž pojetí vkusu, které by mělo věčnou platnost. To, co je dnes elegantní, může být už zítra považováno za nevkusné. Tato zásada platí nejen pro oblečení, dekoraci domova či způsob chování, ale i pro řadu dalších projevů životního stylu. Vzdělaná střední třída minulé generace považovala za znak distingovanosti umístění reprodukce Picassova obrazu *Guernica* na stěnu obývacího pokoje. Předtím, dle tradiční střední třídy, zase tuto roli plnila *Poslední večeře* Leonarda da Vinciho. Dnes by byly oba tyto zvyky nevkusné. Podstatné je, že

v každé chvíli existuje nějaký oblíbený okrasný doplněk. A i kdyby se tvrdilo, že ideologie zmizely, dřívější znaky elegance jako kožichy či dekorativní sloní kly se dnes zavrhuji ve jménu ekologismu.

Móda je strukturovaná více, než by se na základě falešné představy, že se jedná o rozmar, tedy o nadvládu pomíjivého, mohlo zdát. O tom nemůže být ani řeč. Nikdy se například neprosadila takzvaná unisexová móda, tedy stejný způsob oblékání žen i mužů. Tato koncepce by sice měla určitou ekonomickou logiku, ale přesto se ji podařilo uplatnit jen u některých neformálních částí oděvu. Jednotlivé módní novinky si vždy představujeme s vědomím, že existuje odlišná móda pánská a dámská. Jinou věcí je, že ženy přejímají některé prvky mužského způsobu oblékání. Jedná se například o ramenní vycpávky, kalhoty či kostým. Muži však nemohli nikdy přirozeným způsobem převzít ani věc tak praktickou a elegantní jako je kabelka. Ve Španělsku získala pánská kabelka v šedesátých letech hanlivé pojmenování „*mariconera*“ („buzertaška“) a až na cestovní účely se přestala používat. Naproti tomu batoh byl vášnivě přijat mladými lidmi obou pohlaví.

Móda předpokládá výběr. Z tohoto důvodu je prvním činem revoluce navržení stejnokroje a stanovení jeho konečné podoby, snaha o to, aby se nevyvíjel. Lidé chudí jako kostelní myši, nebo ti, co nosí uniformu či pracovní oděv, si své šaty nemohou vybírat, což v důsledku znamená, že se jich móda vlastně netýká. Pokud máme možnost volby, třebaže by nebyla úplně vědomá, tak svým oděvem vždy něco vyjadřujeme, přinejmenším svou náladu. I kdyby se oblečení považovalo za určitý způsob zahalení těla, jeho skutečnou úlohou je tělo zdůrazňovat. Někteří lidé dokonce, s úmyslem obtěžovat své okolí, dbají o jistou neupravenost oděvu. Přivolávají tak na sebe pozornost. K výběru oblečení dochází v rámci šatníku

každého jedince. S výjimkou některých prostředí, ve kterých se pohybují pouze mladí lidé, se totiž šaty nepůjčují. K vzájemné výměně šatů mezi pohlavími dochází ještě řidčeji. Přesněji řečeno, ženy se mohou obléci jako muži, ale obráceně je to mnohem komplikovanější. Rozdíly mezi pánským a dámským oblečením se zakládají více na zvyku než na odlišné tělesné stavbě. Například kalhoty byly ve skutečnosti po staletí záležitostí spíše ženského než mužského šatníku. Pro oblečení sportovní se dnes připouští móda unisexová. Vezměme si například teplákovou soupravu či sportovní obuv. Ve srovnání s touto obuví jsou společenské boty mnohem vzdálenější anatomickému tvaru chodidla. Tradiční elegance bývá, co se oblékání týče, v rozporu s pohodlím. Není nic politováníhodnějšího než vidět dirigenta orchestru natěsnaného do fraku (který je vlastně také uniformou).

Odborníci předpokládají, že móda je procesem imitace „shora dolů“, což znamená, že se lidové vrstvy snaží napodobit „to, co se nosí“ ve vysokých společenských kruzích. Tento postup je evidentní, ale připouští četné výjimky, což naznačuje, že existuje něco víc než jen přání napodobovat vysoce postavené osoby. Zmínil jsem se o tendenci k prostovlasosti, jež je v současnosti opravdu zarputilá. Představuje módu, která se šíří „zdola nahoru“. Vybraným společenským třídám nezbývá nic jiného, než se podvolit tlaku lidových vrstev, které tvrdošijně odmítají nosit pokrývku hlavy. Jedná se o případ zvláštního plebejství, které má ve Španělsku mnoho dalších projevů, například mluvu. Dokonce i nedávná móda baseballových čepic pochází „zezdola“ (nemluvě o tom, když se nosí naopak, s kšilem na zátylku). Je málo platné, že si tuto čepici osvojují golfovní hráči. Tato část oděvu je rozhodně lidová, ostatně jako téměř všechny sportovní módy. Obdobným příkladem je

sportovní obuv, jež je dnes i přes svůj lidový původ dražší než ta běžná. Skutečnost, že ji nosí někteří velmi exhibicionističtí vysoce postavení činitelé, jen potvrzuje náš výklad plebejství.

Až do devatenáctého století jsme bohužel nemohli s přesností určit, jak móda v každé chvíli vypadala. Neměli jsme totiž k dispozici fotografické prameny a malby nemohou být tak objektivní jako fotografie, protože zveličují okázalost zobrazovaných oděvů. Osobě, kterou portrétuje, malíř často přimalovává ty nejvybranější, slavnostní šaty. Ze stejného důvodu se na základě obrazů znázorňujících bitvy můžeme mylně domnívat, že v minulosti byla všechna vojska oděna do skvělých uniforem. Jedná se rovněž o malířovo vylepšení, které mělo přispět k větší slávě příslušného knížete či generála. Prakticky už ve dvacátém století jsme si díky fotografii, především té „okamžité“, uvědomili, že oděvy ve skutečnosti nebyly tak honosné. Snímky z občanské války zachycující republikány i nacionalisty odhalují, že oblečení bojovníků vypadalo spíše bídě a nesourodě. Stejně tomu pravděpodobně bylo v téměř všech uplynulých válkách. Z téhož důvodu se patrně ani příslušníci aristokratických či zámožných tříd nezdobili tolika tretkami, jak je znázorněno na obrazech. Takové oděvy určitě existovaly, ale rozhodně se používaly jen při určitých příležitostech. Podobně by si nějaký historik z budoucnosti mohl opatřit filmový záznam korunovace anglické královny Alžběty II. a na základě něj vyvodit, že stejně se ve dvacátém století oblékali všichni Angličané. Jeho interpretace by byla zjevně chybná.

Největší záhadou je důvod, proč se jednotlivé módy střídají v rytmu, který je rozmarný a nepochybně nadřazený tak častému obměňování módy, jež by vedlo k plnému využití oděvů. Sociologové se obecně domnívají, že tuto marnotratnost způsobují zámožné

vrstvy, které se chtějí odlišit a vzbuzovat závist. Jedná se o teorii „okázalé spotřeby“ amerického sociologa a ekonoma Thorsteina Veblena. Gilles Lipovetsky, francouzský sociolog a filozof, však Veblenovu teorii pomocí komparativní metody vyvrací. Kdyby totiž tento mechanismus fungoval, rytmus módy by se uplatňoval i v dávných společnostech, jež existovaly před moderní Evropou. Tak tomu však není. Můžeme se ještě vrátit k již klasickému argumentu Veblena. V minulosti se ve společnosti udržovalo pevné a nerovné schéma – bohatí se oblékali mnohem lépe než chudí. Každý byl na svém místě a společenské postavení jednotlivých osob nebylo možné zaměnit. Zpočátku (přibližně v osmnáctém století) se móda přizpůsobuje teorii „okázalé spotřeby“. Aristokraté často mění elegantní šaty (se kterými se nechávají portrétovat), aby je střední třídy nemohly napodobovat. Móda je tedy nositelem sociální diference. Střední vrstvy na to reagují například tím, že si ponechávají oblečení, které se od osmnáctého století stává regionálním či národním oděvem. Všimněme si, že téměř všechny tyto oděvy mají v Evropě podobu šatů osmnáctého století. Proto říkal Miguel de Unamuno, španělský filozof a spisovatel, že všechny evropské regionální oděvy vypadají stejně. Jedná se o jeden z mnoha paradoxů, které přitahují ostříží zrak tohoto „Baska ze Salamanky“¹. Mimochodem, Unamuno se oblékal velmi osobitě, skoro jako by byl protestantský kněz.²

¹ Miguel de Unamuno (1864, Bilbao – 1936, Salamanka) pocházel z Baskicka, avšak neodmyslitelně je spjat také se Salamankou. V letech 1901–1914 a 1931–1936 byl rektorem tamější univerzity.

² Spisovatel Vicente Marrero v časopise Punta Europa (v článku Unamuno, clergyman/ „Unamuno, kněz“) roku 1956 uvádí, že Unamuno nosíval bílou košili bez kravaty, vestu vždy zapnutou až ke krku a po určitou dobu též kněžský klobouk. Na krku míval křížek a jeho oděv byl vždy přísně černý. Spisovatel Bernardo G. de Candamo dokonce Unamunův oděv nazývá „kvakerským“.

Stejným způsobem se móda vyvíjela až do dvacátého století, kdy byla zavedena novinka v podobě konfekčního oblečení. Od té doby mohly nižší společenské třídy velmi dobře napodobovat střih i styl elegantních oděvů. Protože se ceny oblečení snižovaly, bylo nutné módu obměňovat, aby nedošlo k fádní uniformitě společnosti. O tuto jednotnost společnosti však usilují některé severoamerické sekty, například amenité, kteří chodí oblečení ve venkovských oděvech, jež se nosily v devatenáctém století. Západní země podobnou odchylku nemohou akceptovat. Naopak prosazují obměňování šatstva – dokonce s každou sezónou. Hlavní úlohou módy už není zajistit, aby se vysoce postavení lidé odlišili od „spodiny“. Důvodem je, mezi jinými, skutečnost, že módními arbitry jsou teď odborníci. Příslušníci zámožných tříd si mohou dovolit paradoxní luxus – nedržet krok s módou. Právě oni si cení „klasického“. Je také jasné, že se módním novinkám neoddávají chudí, nýbrž členové středních vrstev, jimž to umožňují jejich příjmy. Novinky v oblasti módy již nezavádějí bohatí lidé, ale „slavní“, kteří představují jinou kategorii. Jejich společenskou rolí je nutně přivolávat na sebe pozornost, a proto je pochopitelné, že potřebují, aby se módní trendy střídaly velmi často. Rychlý koloběh módy je však dnes také v zájmu průmyslu.

Skutečnými „arbitry elegance“ nejsou fyzické osoby, ale velké podniky, které vyrábějí textilní vlákna a tkaniny určené pro oděvní průmysl. Je logické, aby se dohodly, že pro každou sezónu uvedou na trh jen pár druhů šatů, aby tak snížily náklady. Takzvané „haute couture“ neboli „vysoké krejčovství“ je pouze veřejným a estetickým projevem tohoto předchozího rozhodnutí podnikatelů. Zboží, které se na konci sezóny neprodá, putuje do oddělení slev, což představuje nezbytný postup, jak se zbavit starých modelů. Tímto způsobem se napomáhá určitému vyrovnání společnosti, alespoň z hlediska

odívání. Vyšší a nižší třídy se paradoxně podobají v tom, že módu, jež se v určité sezóně „nosí“, následují s mírným zpožděním. Princip „okázalého konzumu“ se dnes uplatňuje výrazně méně.

Úkolem módy je vylepšovat dílo přírody. Všichni lidé totiž nemohou být pohlední – mimo jiné také proto, že krása je pouze atributem mládí. Téměř každý však může být elegantní, pokud mu záleží na tom, aby se dobře oblékal, a je toho schopen. Krása je vrozená, ale eleganci lze získat. Paradoxním důsledkem této skutečnosti je fakt, že móda plní demokratizační, vyrovnávající funkci, což naprosto odporuje tomu, jak se móda na první pohled jeví.

Pro poslední třetinu dvacátého století je typický jev, jenž Lipovetsky nazývá „otevřená móda“. Výroba originálního šatstva, „haute couture“, již není vyhrazena jen malé hrstce nejvznešenějších žen. Dnes se jedná o rozmanitý průmysl zaměřený na obě pohlaví a široké vrstvy populace. Neprodávají se jen konfekční šaty, ale také parfémy, kosmetika, doplňky a nejrozmanitější druhy předmětů s nějakým estetickým či osobitým detailem. To, co se však ve skutečnosti rozšiřuje, je velký soubor značek, logotypů a vzorů určených pro obrovský počet zákazníků. V odívání i způsobu života se pak rozhodně prosazuje sportovní styl. Móda je čím dál více záležitostí komunikace a symbolů. Stala se též komplexním jevem.

Velmi příznačným znakem současné společnosti je neustálé předvádění značek na šatech. O směšném vystavování obchodních značek na oblečení cyklistů, automobilových závodníků a jiných sportovců ani nemluvě. Viditelná značka na kabelce, botách, tričku a dalších částech oděvu dnes v oblasti společenského života představuje elegantní detail. Tato bezplatná reklama však zřejmě

nikomu nevadí. Nejužívanější obchodní symboly navíc zvyšují prestiž, jakkoli to může nezaujatému pozorovateli připadat nepochopitelné.

Vzhledem k rozrůznění a všeobecnému rozšíření současné módy již neexistuje pouze jedno hlavní módní centrum, Paříž. Tuto hodnotu dnes sdílí několik zemí. Je mezi nimi i Španělsko, jemuž připadá jeho skromná část díky skutečnosti, že tamější návrháři už nemusí emigrovat do Paříže či New Yorku. Ve španělských městech dnes můžeme nalézt stejné obchody s módou jako ty, jež se vyskytují v hlavních zemích módy, a některé španělské značky jsou mezinárodně rozšířené. I toto povrchní hledisko přispívá k tomu, že se Španělé cítí být „součástí Evropy“.

Móda, coby vláda rozmaru, výrazně komplikuje výklad změn ve způsobu oblékání. Proč byli muži po tolik staletí tak spokojeni s talárem (se sukněmi) a dnes ho rázně odmítají? Nalézt vysvětlení není snadné, a to ani v případě úpadku tak jednoduchého, krásného a užitečného předmětu, jakým je vějíř. Móda nepochybně připouští prvek náhody, rozmaru, jenž se těžko předvídá.

Móda by nebyla institucí, jakou známe, kdyby neexistoval požitek z napodobování modelů navržených veřejností. Proč obecně rozšířené opakování těchto vzorů uspokojuje, je záhadou, ale je tomu tak. Imitace však unavuje. Jinak by totiž existovalo jen pár stylů oblékání, které by měly věčnou platnost. K tomu se blíží jen džínové kalhoty a další vzácné výtvořiny. Zpravidla ovšem dochází k pravému opaku. Móda neustále kolísá mezi dočasnou oblibou krátkého a dlouhého, volného a přiléhavého oblečení. Střídání módních trendů je nezbytné, aby se slavní mohli odlišit od svých příznivců.

Bez módy není říše, dovolím-li si parafrázovat slavný výrok španělského humanisty a jazykovědce Antonia de Nebriji.³ Mám na mysli módu jako instituci, jež řídí a předepisuje, co se bude v každém období nosit. Toto rozhodnutí se zpočátku uplatňuje pouze v malém počtu módních center, ze kterých se dále šíří. Nejprve se nová móda prosazuje v Paříži a v Londýně, poté v New Yorku a v Miláně a později v Tokiu a v pár dalších městech. Není náhodou, že zmíněná střediska módy jsou zároveň centry vědeckého výzkumu. Nejedná se o neuvědomělou volbu několika málo měst. Dokazuje to, že jak módní krejčí a návrháři, tak vědci představují profese s velkou zeměpisnou mobilitou. Usazují se v těchto velkých městech, protože činnost v oblasti módy i vědy si vyžaduje velkou koncentraci osob. Tvoří však skupinu lidí pocházejících z různých zemí. Další paralelou mezi vědci a módními návrháři je skutečnost, že pocházejí z příhodného rodinného prostředí. Některé profesní vlastnosti jsou totiž do určité míry dědičné.

Vykládat módu z hlediska machiavelismu či konspiračních teorií je snadné – omezený počet „arbitrů“ určuje, jaký oděv bude veřejnost nosit. Ovšem i kdyby tomu tak bylo, proč by se tito módní arbitři měli shodnout na jednotném trendu? A co je ještě problematičtější, proč by je lidé měli brát na vědomí? Důvod je především praktický. Přichází doba, kdy je spotřeba oblečení, obuvi a módních doplňků tak masivní, že se objevuje nebezpečí náhodného výběru. Kdyby si však každý oblékal, co se mu zlíbí, mohlo by to vyjít příliš draho. Mělo by to negativní dopad nejen na spotřebitele, ale také na textilní a podobné podniky. Prosazuje se tedy určitá hospodárnost. Kromě jiných důvodů se vkus musí usměrňovat proto, aby si firmy vyrábějící

³ Antonio de Nebrija (1444–1522) v prologu své Gramatiky kastilského jazyka uvedl: „La lengua es compañera del imperio.“ („Bez jazyka není říše.“)

látky a jiné materiály mohly připravit omezenou kolekci vzorků. „Vysoké krejčovství“ tak paradoxně zpřístupňuje módu většímu množství lidí. Skutečnými módními arbitry jsou však návrháři látek, jejichž přirozeným střediskem je Londýn. Jejich rozhodnutí podmiňují ta, jež později činí návrháři z Paříže, New Yorku, Milána, Hollywoodu a nemnoha dalších měst. V těchto městech se rodí módní trendy a normy vkusu a to nejen ty, které se vztahují k odívání. Z několika málo center se totiž rozšiřuje životní styl všech lidí na světě. Jedná se o „globalizaci“, jež se netýká pouze podniků.

3 KOMENTÁŘ K PŘEKLADU

3.1 PŘEKLADATELSKÁ ANALÝZA

Následující analýza textu originálu se bude odvíjet převážně od stylistických poznatků z publikace Marie Čechové s názvem *Současná česká stylistika*.⁴ Ze zmíněné knihy budu vycházet proto, že cílem této práce je vytvořit překlad, který by měl v českém prostředí stejnou funkci, jako má originál ve Španělsku. Z tohoto důvodu považuji za vhodné rozebírat původní text s ohledem na české stylistické normy.

3.1.1 AUTOR

Amando de Miguel (nar. 1937) je emeritním profesorem španělské univerzity Universidad Complutense de Madrid, kde působí na katedře sociologie. Jako hostující profesor také přednášel na prestižních vysokých školách Yale University, University of Florida a Colegio de México. Spolupracuje s rozličnými sdělovacími prostředky, například s periodiky *La Razón* a *Libertad digital* a s rozhlasovými stanicemi *Onda Cero* a *COPE*. Stojí v čele centra pro výzkum veřejného mínění *Tábula-V*. Amando de Miguel je autorem více než stovky⁵ knih a obrovského množství článků. Obdržel řadu ocenění, mezi jinými *Premio Espasa de Ensayo*, *Premio Internacional de Ensayo Jovellanos* a *Premio de Ensayo Miguel Espinosa*.

⁴ Čechová, M. a kolektiv autorů (2003) *Současná česká stylistika*. ISV nakladatelství, Praha, s. 38–42, 60–68, 74–84, 178–189.

⁵ Tento údaj se v řadě internetových zdrojů značně liší (španělská Wikipedie například uvádí „více než 120 knih“). Nejdůvěryhodnější se mi zdál portál <http://www.libertaddigital.com/opinion/amando-de-miguel> (právě ten udává „más de un centenar de libros“), protože sám autor do tohoto časopisu přispívá.

3.1.2 FUNKCE KOMUNIKÁTU

Hlavní funkcí analyzovaného textu je funkce informativní, jež je doprovázena funkcí odborně sdělnou a vzdělávací. Autor chce čtenářům přiblížit dané téma ze svého odborného hlediska. Dále je v textu přítomna funkce persuasivní. Vysílatel se totiž snaží čtenáře přesvědčit o vztahu sociologie a módy a některým svým závěrům dodává na důvěryhodnosti tím, že do textu zahrnuje i názory jiných odborníků. Kromě funkce odborně sdělné se v textu uplatňuje i funkce expresivní, i když v menší míře. Expresivita je patrná hlavně v subjektivně zabarvených hodnotících výrazech a v občasném užití hovorového lexika. V textu se také místy uplatňuje funkce fatická, obrací-li se autor přímo na čtenáře.

3.1.3 RÁZ, KÓD, MÍRA PŘIPRAVENOSTI A FORMA SDĚLENÍ

Ráz sledovaného komunikátu je formální, což dokazuje výběr lexika (užití převážně spisovného jazyka, termínů), a veřejný (text je součástí knihy, jež je určena široké veřejnosti). Míra připravenosti sdělení je vysoká, což se odráží nejen v obsahu, ale také ve struktuře textu. Jedná se o sdělení primárně psané a monologické. Kód komunikátu je prestižní – užitě lexikum i syntax odpovídají odbornému, populárně naučnému stylu.

3.1.4 SITUACE A PROSTŘEDÍ, ADRESÁT

Text je místně vázán na komunikační situaci. Jeho autorem je španělský sociolog zabývající se (v knize, z níž pochází analyzovaný text) španělskou společností dvacátého století. Adresátem je tedy Španěl se zájmem o sociologii, historii či o svou kulturu, ale také každý, kdo ovládá španělštinu a zajímají ho reálie oblastí, kde se

tímto jazykem hovoří. Jedná se o soudobý text (kniha vyšla teprve před devíti lety), který nabízí pohled do minulosti. Jakožto zdroj informací o změnách, jež se v oblasti módy do konce dvacátého století udály, však bude text vždy hodnotný a z tohoto hlediska tedy není časově vázaný (tato nadčasovost je pro odborná sdělení typická). Sledovaný komunikát je adresován velkému množství čtenářů, s nimiž autor nemá přímý kontakt. Tento kontakt se však vysílatel místy snaží v textu navodit tím, že čtenáře přímo oslovuje. Adresátem je především široká veřejnost bez příliš speciálních znalostí z oblasti módy či sociologie (až na jména dvou známých sociologů), ale také veřejnost odborná.

3.1.5 TÉMA

Tématem sdělení jsou změny v oblasti módy a odívání, jimiž v minulosti, především během dvacátého století, prošla španělská společnost. Autor dále udává důvody daných změn a pojednává o zásadním vlivu společenských mechanismů na módu.

3.1.6 FUNKČNÍ STYL A SLOHOVÝ POSTUP

Základní funkční styl textu je styl odborný, jehož volba je s ohledem na dané téma a funkci sdělení pochopitelná. Ve výkladu dominují fakta a logická argumentace, věcnost, jednoznačnost a zřetelnost předávané informace. Text má také jasně promyšlenou kompozici. Podíl syntakticky složitých větných celků však není tak vysoký, jak bývá u odborných textů běžné. V rámci stylu odborného se jedná o styl populárně naučný. Autor totiž neočekává, že by měl jeho adresát velké znalosti ze sociologie či z oblasti módy. Vyjadřování autora je místy hovorové a terminologie je omezena na nezbytnou míru. Ve sdělení jsou patrné i některé prvky esejistického

stylu. V textu se objevuje výrazná subjektivita i příznaková slova. Formální členění se omezuje na odstavce a chybí poznámkový aparát. Základním slohovým postupem textu je výklad, který pomáhá zachytit vnitřní souvislosti sdělovaných faktů. Dále je to úvaha, neboť jsou předkládané informace často relativizovány, je zvýrazněn autorský subjekt (poměrně časté je tedy užití kondicionálu a konjunktivu) a nechybí ani řečnické otázky. V textu se však také uplatňuje popis a vyprávění (typické pro popularizující texty).

3.2 CÍLOVÝ ČTENÁŘ PŘEKLADU

Text překladu je adresován široké i odborné veřejnosti. Lidem se zájmem o sociologii, historii, módu či o realie Španělska. Tomuto různorodému typu adresáta jsem se snažila text originálu přiblížit (s ohledem na rozdílnost španělské a české kultury) především pomocí vnitřních vysvětlivek, přístavek blíže určujících vlastní jména a poznámek pod čarou.

3.3 PŘEKLADATELSKÁ STRATEGIE

Hlavním kritériem, jímž jsem se snažila při překládání řídit, byla funkční ekvivalence překladu a originálu. Tomuto požadavku jsem podřídila výběr stylistických, lexikálních i gramatických prostředků. Oproti textu originálu jsem tedy mnohdy volila explicitnější a jednoznačnější způsob sdělení daných informací, aby text co nejvíce odpovídal českému odbornému, respektive populárně naučnému, stylu. Z tohoto důvodu jsem původní sdělení poněkud stylisticky nivelizovala. Ubráním na expresivitu jsem se však chtěla přiblížit českému úzu. Strukturu textu jsem (s výjimkou několika

málo dílčích změn v rámci odstavců) zanechala. Text jsem pak opatřila třemi poznámkami pod čarou, čímž jsem se zase odklonila od mírně esejistické povahy originálu ve prospěch odborného diskursu.

3.4 PŘEKLADATELSKÉ PROBLÉMY NA GRAMATICKÉ A SYNTAKTICKÉ ROVINĚ

3.4.1 TRANSPOZICE

Ke gramatické transpozici jsem se v překladu uchýlovala poměrně často. Španělské podstatné jméno jsem nahradila českým slovesem v následujících případech:

Esa constancia se rompe durante el último siglo y medio, con el tránsito de la sociedad tradicional a la moderna. (O:155) / K zásadním změnám začalo docházet až během uplynulých sto padesáti let, kdy tradiční společnost přecházela ve společnost moderní. (P:8)

Sin embargo, el ciclo de la moda se completa , porque vuelve otra vez el rechazo del exceso de sol. (O:163) / Cyklus módy se však dovršuje, protože se opět začínáme vyhýbat přílišnému slunečnímu záření. (P:18)

Jindy jsem zase místo španělského slovesa použila podstatné jméno.

El juego de la moda femenina consiste en dejar ver una parte sustancial de la piel y, al mismo tiempo, cubrirla pudorosamente. (O:156) / Trik ženské módy spočívá v odhalení podstatné části těla současně s jeho cudným zahalením. (P:9)

Se quiera o no, al cabo de algunos cambios, la moda vuelve a un estadio anterior. (O:162) / Změny ve způsobu oblékání jsou pak chtě nechtě následovány návratem k předchozí fázi módy. (P:16)

V následujícím případě jsem španělské adverbium přeložila českým adjektivem.

...cubrirla pudorosamente. (O:156) / ...cudným zahalením. (P:9)

K překladu španělského adjektiva českým adverbium pak došlo v tomto případě:

El cambio de atuendo más radical ha sido el que se impone para ir a la playa. (O:158) / Změny ve způsobu odívání se nejradikálněji projevily u plážového oblečení. (P:12)

Jindy jsem zase španělské přídavné jméno v češtině nahradila slovesem.

...aun con el atuendo femenino tan simplificado. (O:156) / ...i když samotné dámské oblečení se značně zjednodušilo. (P:9)

V překladu jsem využila i transpozici syntaktickou. V následujících případech jsem například zaměnila trpný a činný rod větných konstrukcí.

Ha caído en desuso fuera de su función como artículo de viaje. (O:164) / ... a až na cestovní účely se přestala používat. (P:19)

Se puede cuidar, incluso, un cierto desaliño con ánimo de molestar, que es otra forma de llamar la atención. (O:164) / Někteří lidé dokonce, s úmyslem obtěžovat své okolí, dbají o jistou neupravenost oděvu. (P:19)

3.4.2 EXPLICITACE A ROZŠÍŘOVÁNÍ TEXTU

S ohledem na primárně informativní funkci sdělení jsem se vždy snažila převést původní význam co nejjednoznačnějším způsobem. Abych se vyhnula jakýmkoli nejasnostem, které by mohly vzniknout při výkladu přeloženého textu, uchýlila jsem se mnohdy k explicitaci, jež vedla k rozšíření původního textu. Kromě konkretizace nejasných míst v textu originálu jsem pomocí podřadných souvětí, spojek a částic explicitně vyjadřovala implicitní logické vztahy mezi syntaktickými celky.

(Sería el baile de disfraces convertido en realidad cotidiana, el capricho convertido en norma.)Demasiado caro. (O:160) / (...)Byl by to příliš drahý rozmar. (P:14)

Es todo un síntoma de un suceso que sí importa mucho... (O:160) / Zmíněné odchylky od módních pravidel jsou však příznačné pro velmi významnou událost... (P:15)

Con independencia de las prendas características, destacan algunas novedades. (O:155) / Některé části oděvu se osvobodily od dlouholetých konvencí, a tak vznikla řada módních novinek. (P:8)

Es la que persiguen algunas sectas norteamericanas, como los Amish, que se detienen en la ropa campesina del siglo XIX. (O:166–167) / O tuto jednotnost společnosti však usilují některé severoamerické sekty, například amenité, kteří chodí oblečení ve venkovských oděvech, jež se nosily v devatenáctém století. (P:23)

La función principal ya no es la de hacer que los de arriba se distingan de los de abajo. (O:167) / Hlavní úlohou módy už není zajistit, aby se vysoce postavení lidé odlišili od „spodiny“. (P:23)

Por otra parte, hay tendencias firmes que significan un cambio decidido en la manera de vestirse... (O:158) / Na druhou stranu ovšem existují pevně dané tendence, které vedou k výrazným změnám ve způsobu oblékání... (P:12)

Ve prospěch větší srozumitelnosti jsem také místy rozdělovala složitá souvětí do více vět.

La diversificación y generalización de la moda actual significa que ya no hay una capital de moda, París, sino que esa primacía se reparte entre diversos países. (O:168) / Vzhledem k rozrůznění a všeobecnému rozšíření současné módy již neexistuje pouze jedno hlavní módní centrum, Paříž. Tuto hodnotu dnes sdílí několik zemí. (P:25)

Es una verdadera novedad histórica, pues en casi todas las sociedades las cabezas se han cubierto de algún modo. (O:160) / Z historického hlediska je však prostovlasost opravdovou novinkou. Takřka ve všech společnostech se totiž hlava nějakým způsobem zakrývala. (P:14–15)

V zájmu jasného a jednoznačného vyjádření smyslu a souvislostí jsem však v některých případech naopak původně samostatné věty spojila v jeden celek.

Los verdaderos «árbitros de la elegancia» no son personas físicas sino grandes empresas. Son las que fabrican las fibras y los tejidos que han de servir a la industria de la confección. (O:167) / Skutečnými „arbitry elegance“ nejsou fyzické osoby, ale velké podniky, které vyrábějí textilní vlákna a tkaniny určené pro oděvní průmysl. (P:23)

La palabra «payaso» es un dicterio tradicional en España. Alude precisamente al atuendo extravagante. (O:161) / Právě na extravagantní šaty naráží tradiční španělská nadávka – „payaso“ (šášek). (P:16)

Původní členění textu na syntaktické celky jsem výrazně změnila i v následujících případech:

Desde hace más de un siglo, el atuendo femenino distinguido evoluciona grandemente, pero mantiene una constante. Deja ver una gran parte del cuerpo, compatible con los usos que impone la modestia. (O:155) / Vybraná ženská móda se už po více než sto let výrazně mění, ale přesto si zachovává jednu stálou vlastnost – nechává na odiv velkou část těla. Míra odhalení přitom závisí na zvyklostech daných cudností. (P:8)

Es una lástima que, hasta el siglo XIX, no hayamos tenido la fotografía como fuente para precisar la moda de cada momento. La pintura no puede ser tan neutra como la fotografía. La pintura exagera la fastuosidad del traje. (O:165) / Až do devatenáctého století jsme bohužel nemohli s přesností určit, jak móda v každé chvíli vypadala. Neměli jsme totiž k dispozici fotografické prameny a malby nemohou být tak objektivní jako fotografie, protože zveličují okázalost zobrazovaných oděvů. (P:21)

Zřejmě největšího zásahu do textu originálu jsem se však (v rámci explicitace) dopustila v následujícím případě:

...descubren una planta que proporciona un tinte de negro brillante, azabache, como jamás se había conseguido. (O:157) / ...objevili na karibském pobřeží rostlinu, z níž se získávalo zářivě černé barvivo, které bylo podobné barvě gagátu (též známému jako černý jantar,

španělsky azabache). Po tomto nerostu pak bylo nové barvivo, jež bylo tak sytě černé jako žádné jiné, pojmenováno. (P:10–11)

Jedno slovo (*azabache*) z originálu jsem v překladu rozvedla do tří vět (vedlejší věty přívlastkové a podřadného souvětí o dvou větách). Důvodem k tomuto velkému rozšíření textu byla snaha o maximální srozumitelnost textu a nenalezení ekvivalentu k výrazu *azabache* (*gagát, černý jantar*) coby názvu barvicí látky. Dané barvivo jsem tedy opsala a v závorce uvedla jeho španělský název. S výrazem *azabache* je však spojen ještě jeden překladatelský problém – *gagát* není nerost. Jedná se o kámen organického původu či ještě přesněji o tzv. mineraloid (látku podobná minerálu). Překlad však není určen geologům, a tak jsem v rámci Levého minimaxové strategie použila slovo nerost (výraz mineraloid by totiž čtenářům zřejmě moc neřekl a vzhledem k celkovému smyslu textu nemá *azabache* stejně žádný význam).

3.4.3 POLOVĚTNÉ VAZBY

Polovětné konstrukce jsou pro španělštinu typické, nicméně v našem textu je jich velmi málo. Do češtiny jsem je překládala především gramatickými větami. Například v následujících případech jsem do vět převedla původní polovětné vazby s infinitivem.

...se oponen resueltamente a la corbata, por considerarla, quizá, una prenda demasiado formal. (O:157) / ...Tato část oděvu se jim totiž zřejmě zdá příliš formální. (P:11)

...para ampliarse durante el siglo XIX a las clases medias. (O:159) / Během devatenáctého století se však vliv módy rozšířil i na střední třídu... (P:13)

Jindy jsem však původní infinitiv v překladu ponechala.

...para evitar las dos alternativas extremas. (O:159) / ...a zabránit tak těmto dvěma extrémním scénářům. (P:14)

Polovětné konstrukce s gerundiem se v textu vyskytly pouze ve dvou případech. V překladu jsem je nahradila příslovečným určením a přívlastkem.

...se les hacía la ropa dando la vuelta y recosiendo las prendas de los mayores. (O:158) / Oblečení...se vyrábělo doma přešíváním šatů obrácených naruby po starších členech rodiny. (P:12)

3.4.4 AKTUÁLNÍ ČLENĚNÍ VÝPOVĚDI

V textu překladu jsem se snažila o to, aby byl uplatněn objektivní pořádek slov, tedy aby téma předcházelo rématu. Z tohoto důvodu jsem mnohdy měnila slovosled původních vět.

En la vida de relación social se ha convertido en un detalle elegante la marca visible del bolso, los zapatos, el polo y otras prendas. (O: 168) / Viditelná značka na kabelce, botách, tričku a dalších částech oděvu dnes v oblasti společenského života představuje elegantní detail. (P:24)

(De esas ciudades provienen las modas y los gustos, pero no solo los del vestir.) Es el estilo de vida de todo el mundo el que se difunde desde unos pocos centros. (O:170) / (V těchto městech se rodí módní trendy...nejen ty, které se vztahují k odívání.) Z několika málo center se totiž rozšiřuje životní styl všech lidí na světě. (P:27)

3.4.5 HISTORICKÝ PRÉZENS

Pro vyjádření dějů, které se odehrály v minulosti, využívá původní text jak minulých slovesných časů, tak času přítomného (tzv. historického prézentu). V překladu jsem minulé časy zachovala a historický prézens mnohdy nahradila préteritem.

La moda sigue su curso hasta llegar al siglo XX con la innovación de la ropa confeccionada. (O:166) / Stejným způsobem se móda vyvíjela až do dvacátého století, kdy byla zavedena novinka v podobě konfekčního oblečení. (P:23)

En las costas caribeñas, los conquistadores españoles descubren una planta... (O:157) / Španělští dobyvatelé objevili na karibském pobřeží rostlinu... (P:10)

V některých případech jsem však historický prézens zachovala.

El último tercio del siglo XX se caracteriza por lo que Lipovetsky llama la «moda abierta». (O:168) / Pro poslední třetinu dvacátého století je typický jev, jenž Lipovetsky nazývá „otevřená móda“. (P:24)

En un primer momento (más o menos el siglo XVIII), la moda se ajusta a la teoría... (O:166) / Zpočátku (přibližně v osmnáctém století) se móda přizpůsobuje teorii... (P:22)

3.4.6 INTERPUNKCE

Nejvýraznější změnou v interpunkci bylo nahrazení původních bočních uvozovek klasickými uvozovkami dvojitými. Na některých místech jsem však uvozovky úplně zrušila. Dále jsem v textu překladu nepoužívala středník, který v českém úzu není tak běžný jako ve španělštině. Nahrazovala jsem ho především čárkami, ale

místy jsem místo něj použila i pomlčku. (*Es also así como los coches de «fórmula uno»; serán perfectos, pero... /O:162/ – Podobně je tomu s vozy formule jedna – jsou možná dokonalé, ale... /P:17/*) Další změnu v oblasti interpunkce představuje umístění tečky za římská číslce. (*...que impuso Felipe II /O:157/ – kterou nastolil Filip II. /P:10/*) Závorky jsem většinou zachovala. Jen místy jsem je nahradila čárkami. (*...diferencia entre las personas elegantes /una reducida minoría/ y todas.../O:158/ – rozdíl mezi vznešenými osobami, malou menšinou, a všemi... /P:12/*)

3.5 PŘEKLADATELSKÉ PROBLÉMY NA LEXIKÁLNÍ ROVINĚ

3.5.1 TERMINOLOGIE

Vzhledem k populárně naučné povaze sdělení se v textu nevyskytovalo příliš mnoho odborných termínů. Přesto zde však uvádím překlady některých z nich (včetně těch neodborných).

«consumo ostensible» – „okázalá spotřeba“ (O:166 / P:22)

la llamada «alta costura» – takzvané „haute couture“ neboli „vysoké krejčovství“ (O:167 / P:23)

V překladu jsem uvedla i původní francouzský termín, protože je v českém prostředí užíván ve stejné (ne-li vyšší) míře jako jeho český ekvivalent. V dalším případě výskytu tohoto termínu jsem však již použila pouze termín český.

toilette – *toaleta* (O:158 / P:12)

Původní termín je psán kurzívou, ale vzhledem k tomu, že jsem zvolila ekvivalent, který v českém prostředí natolik zdomácněl, že se přizpůsobil i českému pravopisu, nijak jsem jej v textu nezvýraznila.

kilt – *kilt* (O:160 / P:15)

Tento výraz je v původním textu opět v kurzívě. V překladu jsem to však zase nepovažovala za nutné.

moda unisex – *takzvaná unisexová móda* (O:164 / P:19)

V textu originálu je výraz „unisex“ v kurzívě, v překladu opět nikoliv.

...una moda que se dice así ad lib... – ...druh módy, jemuž se říká ad lib (O:160 / P:15)

Přestože je výraz „ad lib“ poměrně běžný i v českém úzu, ponechala jsem v překladu původní kurzívu (s ohledem na to, že se jedná o pojmenování určité módy).

«sinsombrerismo» – *prostovlasost* (O:165 / P:20)

Na první straně textu jsem však tento termín s ohledem na větší srozumitelnost a sémantickou souvislost sdělení přeložila jako „odklon od nošení klobouků“. České „prostovlasosti“ též odpovídá španělský výraz „destocamiento“, jehož je užito na první straně textu originálu.

dar una interpretación maquiavélica o conspiratoria a la moda (O:169) / *vykládat módu z hlediska machiavelismu či konspiračních teorií* (P:26)

3.5.2 SYNONYMA

Poměrně problematický byl i překlad základních termínů překládané kapitoly. Jedná se o výrazy „moda“, „gusto“, „atuendo“, „elegancia“, „ropa“, „sociedad“ a další, jimiž text přímo hýří (a to i přesto, že sám autor v textu užívá širokou škálu synonym). Pokud to bylo možné, tak jsem se je snažila různě obměňovat (viz následující příklady), protože v českém textu by jejich neustálé opakování bylo nepřijatelné. Vždy to však nebylo možné, a tak se i z tohoto hlediska lehce snížila stylistická úroveň původního textu.

el atuendo de las personas corrientes (O:155) / způsob oblékání běžných lidí (P:8)

sólo el atuendo deportivo impone hoy la moda de cubrir la cabeza (O:155) / pokrývku hlavy prosazuje jen sportovní móda (P:8)

democratización del atuendo (O:156) / *demokratizaci odívání* (P:9)

llevaba una indumentaria muy personal (O:166) / oblékal se velmi osobitě (P:22)

en la faceta de la indumentaria (O:167) / *z hlediska odívání* (P:23–24)

habría pocas modas (O:169) / jen pár stylů oblékání (P:25)

de esas ciudades provienen las modas y los gustos (O:170) / *v těchto městech se rodí módní trendy a normy vkusu* (P:27)

gusto por lo efímero (O:162) / zálibu v pomíjivém (P:17)

diferencia entre las personas elegantes...y todas las demás. La elegancia consistía en... (O:158) / rozdíl mezi vznešenými osobami... a všemi ostatními lidmi. Elegance spočívala v... (P:12)

3.5.3 MNOHOVÝZNAMOVÁ SLOVA

V původním textu se vyskytuje řada slov s více významy. Většinou usnadnil jejich správnou interpretaci kontext, ale na některých místech jeho znalost ke správnému překladu nestačila. Vždy jsem tedy zvolila výraz, jenž mi přišel v daném případě nejlogičtější.

Nada más fácil que ponerse «lo que se lleva» (de acuerdo con la condición de cada uno) para sentirse seguro. (O:160) / K dosažení tohoto pocitu si jednoduše stačí obléknout (v souladu s individuálním společenským postavením) „to, co se nosí“. (P:14)

Další možnou variantou překladu by bylo „v souladu s individuálním charakterem“.

...a la mayor gloria del príncipe o del general correspondiente. (O:165) / ...k větší slávě příslušného knížete či generála. (P:21)

Výraz „príncipe“ pak také samozřejmě znamená „princ“.

3.6 PŘEKLADATELSKÉ PROBLÉMY NA STYLISTICKÉ ROVINĚ

Ze stylistického (i lexikálního) hlediska je pro text originálu příznačné míšení různých stylistických vrstev jazyka. Autor používá jak slova stylově neutrální, tak slova stylově zabarvená – například dobově či hovorově. Vzhledem k této lexikální a stylistické rozmanitosti jsem text celkově poněkud nivelizovala. S ohledem na styl českých populárně naučných textů jsem pak překlad umístila do spisovné vrstvy jazyka (jen místy jsem užila hovorové prvky, abych tak alespoň částečně kompenzovala expresivitu původního textu).

3.6.1 EXPRESIVITA

Jak jsem již dříve uvedla, v textu se vyskytuje mnoho expresivních prvků. Na lexikální úrovni se jedná především o hovorové výrazy a obraty, které jsem se například v následujících případech pokusila převést do češtiny.

perifollos – tretky (O:166 / P:21)

un grupito de cortesanos – malá skupinka dvořanů (O:160 / P:14)

Autor v textu dokonce uvedl jeden vulgarismus, který jsem ponechala ve španělštině a do závorky k němu připojila jeho případný český ekvivalent. (O:164 / P:19)

Expresivita je v originále patrná také v řadě poznámek autora k obsahu textu, které jsem většinou při převodu do češtiny nivelizovala.

Me sigo refiriendo a la moda elegante, claro está. (O:155) / *Samozřejmě stále hovořím o elegantní módě.* (P:9)

K nivelizaci také došlo v následujících případech:

...se va perdiendo a chorros. (O:161) / *...velmi rychle mizí.* (P:16)

...en consecuencia, la moda no va con ellos. (O:164) / *...což v důsledku znamená, že se jich móda vlastně netýká.* (P:19)

los señoritos de medio pelo (O:161) / „páni“ (P:16)

rojos o nacionales (O:165) / (zachycující) *republikány i nacionalisty* (P:21)

...«lanzar» unas pocas líneas por temporada... (O:167) / *...že pro každou sezónu uvedou na trh jen pár druhů šatů...* (P:23)

Původní výraz „lanzar“ je v originále v uvozovkách, což by mohlo naznačovat, že jej chtěl autor použít i v jeho doslovném významu „hodit“. To by fungovalo i v češtině (v případě více expresivní verze překladu) – „hodit na trh“.

Některá původně nepříznaková vyjádření jsem zase místy přeložila výrazy příznakovými. Chtěla jsem tak kompenzovat expresivitu, o kterou jsem překlad v jiných částech textu ochudila.

...en las que vestirse, calzarse o acicalarse resultaba caro. (O:160) / ...v nichž byly oděvy, obuv a veškerá paráda drahou záležitostí (P:14)

...lo que uno se pone para andar por casa o en sus inmediaciones. (O:162) / ...oblečení na doma. (P:16)

Es una forma de distinción que practican algunos artistas. (O:158) / Ide o určitý způsob odlišení se od ostatních, jehož využívají někteří umělci. (P:11)

...que los de arriba se distingan de los de abajo. (O:167) / ...aby se vysoce postavení lidé odlišili od „spodiny“. (P:23)

Místy je v textu originálu patrný i důraz na zvukomalebnou a rytmickou stránku jazyka. Ve většině případů jsem však původní vyjádření nivelizovala.

Las clases pudientes pueden permitirse el lujo paradójico... (O:167) / Příslušníci zámožných tříd si mohou dovolit paradoxní luxus... (P:23)

I výrazný rytmus, který v originálu spočívá převážně v distribuci krátkých vět, jsem mnohdy v překladu zrušila. Často jsem totiž tyto krátké větné celky rozvedla (vyjádřením implicitních významů či větných členů), nebo připojila k okolním větám (v zájmu jasného vyjádření logických souvislostí mezi větami).

3.6.2 KOHEZE

V zájmu koheze jsem v textu překladu často používala demonstrativa (často i s vyjádřením substantiv, ke kterým odkazují), jichž jsem využívala především jako prostředků koreference.

...el uniforme da la impresión de trabajo fijo. Es la que quiere transmitir... (O:156) / Uniforma...budí dojem stálého zaměstnání. Tento dojem chce vyvolat... (P:10)

...vestidos de percal. Sobre los cuales acostumbraban a llevar... (O:158) / ...šaty z perkálu... Na těchto prostých šatech pak nosívaly... (P:12)

Dále jsem do textu, s ohledem na kohezi, často přidávala různé konektory.

La monotonía del atuendo masculino se rompe por corbata. (O:157) / Jednotvárnost pánských oděvů pak rozbíjí kravata. (P:11)

Dado que los elementos del atuendo y del gusto no son innumerables, las combinaciones resultantes son limitadas. (O:161-162) / Části oděvu ani zásady vkusu navíc nejsou nespočetné, a proto jsou omezené i jejich výsledné kombinace. (P:16)

El bronceado era entonces un signo del trabajo esforzado al aire libre. (O:163) / Opálení bylo totiž v tehdejší době znakem namáhavé venkovní práce. (P:18)

De hecho, durante siglos los pantalones fueron una prenda más femenina que masculina. (O:164) / Například kalhoty byly ve skutečnosti po staletí záležitostí spíše ženského než mužského šatníku. (P:20)

La imitación produce cansancio. (O:169) / Imitace však unavuje. (P:25)

Také jsem se, v zájmu koheze, v překladu snažila dodržet tematicko-rematickou strukturu textu, jíž jsem se snažila přizpůsobit slovosled (viz oddíl 3.4.4). V rámci úsilí o udržení tematické souvislosti textu (a o jasné vyjádření vztahů mezi jednotlivými větami), jsem však v několika místech přehodila i pořadí celých větných celků.

El capítulo de la moda admite pocas peculiaridades en el caso español. Estamos ante uno de los aspectos unificadores a escala planetaria. (O:161) / Móda je jedním ze sjednocujících prvků celého světa a ani v případě Španělska nepřipouští mnoho osobitých rysů. (P:15)

Es más, esas fibras o materiales de siempre, naturales, adquieren por ello un renovado valor. Su producción se sujeta más a la norma de la escasez que los productos artificiales. Por otro lado, lo artificial no acaba de ser lo mismo para el interesante efecto del sentido del tacto... En ese caso, la tendencia a mantenerse en lo clásico significa más dispendio que estar al tanto de las novedades. (O:162)/ Tyto tradiční, přírodní materiály navíc znovu nabývají na hodnotě, protože se vyrábějí v menší míře než látky syntetické. Nosit klasické oblečení je tedy v tomto případě nákladnější než následovat nejnovější módní trendy. Do hry vstupuje i pozoruhodný smysl hmatu, díky němuž vnímáme umělé materiály jinak než ty přírodní. (P:17)

3.6.3 VLASTNÍ JMÉNA A REÁLIE

Ve výchozím textu se vyskytuje řada vlastních jmen osob. Vzhledem k populárně naučnému charakteru sdělení jsem k nim ve většině případů v textu překladu připojila přístavek či jinou vnitřní vysvětlivku. Jak je uvedeno již v kapitole 3.2, adresátem překladu je široká skupina lidí s odlišnou mírou znalostí z jednotlivých oborů spojených s tématem textu originálu. Z tohoto důvodu jsem se snažila veškeré vysvětlivky vztahující se k reáliím do textu včlenit stručným a co nejméně násilným způsobem. Chtěla jsem se tak vyhnout případným negativním reakcím ze strany té skupiny adresátů, která je s vysvětlovanými reáliemi dobře obeznámena. Na všech místech to však nebylo možné, a tak jsem se uchýlila i k poznámkám pod čarou. Následují příklady blíže určených vlastních jmen.

...un manual de urbanidad de principios del siglo XX, el de Carmen de Burgos, ... (O:158–159) / V příručce slušného chování z počátku dvacátého století, jejíž autorkou je spisovatelka a novinářka Carmen de Burgos, ... (P:12)

Es la teoría del «consumo ostensible» de Veblen, que Lipovetsky rechaza a través del método comparativo. (O:166) / Jedná se o teorii „okázalé spotřeby“ amerického sociologa a ekonoma Thorsteina Veblena. Gilles Lipovetsky, francouzský sociolog a filozof, však Veblenovu teorii pomocí komparativní metody vyvrací. (P:22)

Por eso decía Unamuno que todos los trajes regionales europeos parecen el mismo. (O:166) / Proto říkal Miguel de Unamuno, španělský filozof a spisovatel, že všechny evropské regionální oděvy vypadají stejně. (P:22)

...si se me permite parafrasear el famoso dicho de Nebrija. (O:169) / ...dovolím-li si parafrázovat slavný výrok španělského humanisty a jazykovědce Antonia de Nebrija. (P:26)

Další vnitřní vysvětlivka blíže určuje obraz, který je sice velmi proslavený, ale přesto s ním někteří předpokládání příjemci textu (z řad široké veřejnosti) nemusí být obeznámeni.

...colgar una reproducción del Guernica en el cuarto de estar. (O:163) / ...umístění reprodukce Picassova obrazu Guernica na stěnu obývacího pokoje. (P:18)

V následující větě je navíc uveden další stejně známý (ne-li známější) obraz jiného umělce, jehož jméno je uvedeno i v textu originálu. (Toto dílo je navíc v českém prostředí známé pod názvem, jenž neodpovídá doslovnému překladu toho španělského. Představuje tedy také překladatelský problém z hlediska lexikálního.)

...la reproducción de La Santa Cena de Leonardo da Vinci. (O:163) / ...Poslední večeře Leonarda da Vinciho. (P:18)

V případech, kdy nebylo možné vysvětlivky do textu přirozeně zakomponovat, jsem se uchýlila k poznámkám pod čarou.

...la mirada de águila del vasco de Salamanca. (O:166) / ...ostříží zrak tohoto „Baska ze Salamanky“. (P:22) Poznámka pod čarou zní následovně: Miguel de Unamuno (1864, Bilbao – 1936, Salamanka) pocházel z Baskicka, avšak neodmyslitelně je spjat také se Salamankou. V letech 1901–1914 a 1931–1936 byl rektorem tamější univerzity. (P:22)

I druhá poznámka pod čarou se vztahuje k Unamunovi. Začlenila jsem ji do textu proto, že se domnívám, že by českým čtenářům nemusel být jasný význam následující věty:

...Unamuno se oblékal velmi osobitě, skoro jako by byl protestantský kněz. (P:22) (...llevaba una indumentaria muy personal, casi como si fuera un pastor protestante. /O:166/)

Poznámka zní: *Spisovatel Vicente Marrero v časopise Punta Europa (v článku Unamuno, clergyman/ „Unamuno, kněz“) roku 1956 uvádí, že Unamuno nosíval bílou košili bez kravaty, vestu vždy zapnutou až ke krku a po určitou dobu též kněžský klobouk. Na krku míval křížek a jeho oděv byl vždy přísně černý. Spisovatel Bernardo G. de Candamo dokonce Unamunův oděv nazývá „kvakerským“.*

V citovaném novinovém článku jsem se navíc dočetla, že Unamunův způsob oblékání je dobře známý⁶. Tato skutečnost byla dalším důvodem k vložení dané poznámky.

Poslední poznámka pod čarou souvisí s problémem intertextuality. Autor totiž parafrázuje výrok z Nebrijovy Gramatiky kastilského jazyka. Španělé jej zřejmě znají, ale většina českých adresátů určitě ne. Proto jsem původní výrok v textu uvedla (jak v českém překladu, tak ve španělštině⁷). Poznámka zní: *Antonio de Nebrija (1444–1522) v prologu své Gramatiky kastilského jazyka uvedl: „La lengua es compañera del imperio.“ („Bez jazyka není*

⁶ „...de su indumentaria, se ha hablado tanto y se ha descrito tan al pormenor...“ (<http://www.filosofia.org/hem/dep/pun/ta004056.htm>)

⁷ Výrok jsem uvedla i ve španělštině, protože jeho oficiální překlad do češtiny neexistuje. Překlad však nebyl úplně jednoduchý, neboť španělské slovo „imperio“ má více významů - v tomto případě jsou relevantní „moc“ a „říše“. Také překlad výrazu „compañera“ je poměrně problematický. Na radu Prof. PhDr. Jany Králové, CSc., jsem nakonec tento výraz použila přeneseně a své původní vágní verze („Jazyk provází říši/ moc“) nahradila interpretací „Bez jazyka není říše“.

říše.“) Vztahuje se k větě: *La moda es compañera del imperio, si se me permite parafrasear el famoso dicho de Nebrija.* (O:169) / *Bez módy není říše, dovolím-li si parafrázovat slavný výrok...* (P:26)

3.6.4 KONTAKT SE ČTENÁŘI

Kontakt se čtenáři je v našem textu velmi důležitý. Autor jej navozuje buď přímým oslovením čtenáře, nebo pomocí inkluzivního plurálu. Přímé oslovení čtenáře jsem v textu překladu převedla na neosobní způsob vyjádření, či na inkluzivní plurál, zatímco inkluzivní plurál jsem většinou ponechala.

No podía extrañarles esa constancia... (O:155) / *Tato skutečnost však není nijak překvapující...* (P:8)

El lector sabrá apreciar... (O:159) / *Každý si jistě všimne...* (P:13)

Compárese este último con los zapatos de vestir... (O:164) / *Ve srovnání s touto obuví jsou společenské boty...* (P:20)

Véase la recomendación que hace un manual de urbanidad... (O:158–159) / *V příručce slušného chování...se o dámském plaveckém úboru dozvídáme...* (P:12)

...la institución que conocemos... (O:169) / *...institucí, jakou známe...* (P:25)

Někdy jsem zase užila inkluzivní plurál i v místech, kde byl původně neosobní způsob vyjádření, abych tak kompenzovala případy, kdy jsem kontakt se čtenářem zrušila.

En contra de lo que parece, la moda en el atuendo...no equivale al culto de lo trivial o superficial. (O:159) / *Móda ve smyslu určitého způsobu oblékání...nám může připadat jako banální a povrchní kult, ale tak tomu není.* (P:13)

Un ejemplo podría ser el éxito... (O:160) / Vezměme si například úspěch... (P:14)

...hay prendas...a los que se vuelve... (O:162) / ...se k některým oděvům...vracíme. (P:17)

3.6.5 MODULACE

Modulace spočívá ve vyjádření téže situace odlišnými způsoby v jazyce výchozím a cílovém. Tyto rozdíly ve vyjadřování téže skutečnosti odrážejí odlišné vnímání mimojazykové reality a jinou sémantickou strukturu jazyka originálu a překladu. Modulace se využívá především při překladu obrazných vyjádření.⁸

Es una de tantas paradojas que atraen la mirada de águila del vasco de Salamanca. (O:166) / Jedná se o jeden z mnoha paradoxů, které přitahují ostříží zrak... (P:22)

Španělský „orlí pohled“ spíše odpovídá českému „ostřížímu zraku“.

El pobre de solemnidad o la persona que se viste... (O:164) / Lidé chudí jako kostelní myši, nebo ti... (P:19)

Rozdílný přístup mluvčích výchozího a cílového jazyka k téže skutečnosti se také projevuje v negativním či pozitivním způsobu vyjadřování. Původní pozitivní vyjádření jsem často do češtiny přeložila jeho negativním ekvivalentem.

Hoy, la cabeza se suele llevar descubierta. (O:155) / Dnes například není ve zvyku nosit pokrývku hlavy. (P:8)

⁸Dubský, J. (1988) Capítulos de estilística funcional comparada. Státní pedagogické nakladatelství, Praha, s. 45.

Empieza a no estar muy claro qué sea lo elegante. (O:160) / Přestává být totiž jasné, co je vlastně elegantní. (P:15)

Recordemos que ese «llevar» se refiere a la moda tenida por elegante... (O:162) / Nezapomínejme, že ono „nosit“ se vztahuje k módě, jež je považována za elegantní... (P:16)

V textu překladu jsem také místy zaměnila původní výraz v jednotném čísle za tentýž výraz v plurálu (a naopak).

La mujer elegante de hoy... (O:156) / Dnešní elegantní ženy... (P:9)

...casi todas las personas pueden ser elegantes... (O:167) / Téměř každý však může být elegantní... (P:24)

3.6.6 VYNECHÁNÍ

V textu originálu se objevují dvě věty, které jsem do češtiny nedokázala převést tak, aby v ní měly stejnou funkci. Nepodařilo se mi nalézt ani vhodné české ekvivalenty, jimiž bych mohla původní výrazy (v nichž spočíval problém nepřeložitelnosti) substituovat, a proto jsem oba větné celky v překladu vynechala. V obou případech se však jedná o metajazykové poznámky, které nemají vzhledem k celkovému smyslu textu pro předpokládané české příjemce téměř žádný význam.

He dejado caer la expresión «de postín», un coloquialismo en franco retroceso. (O:160)

Problém spočívá ve výrazu „(las bodas) de postín“, jemuž v češtině odpovídá „velká svatba“⁹. Tento typ svatby však v češtině nemá hovorový ekvivalent (který by se navíc vytrácel z úzu).

⁹Dle Ladislava Špačka:

<http://www.ceskatelevize.cz/program/204522161300029.html?&tema=detail>

Se ha desleído mucho el principio del «consumo ostensible» (y no «conspicuo», como a veces, literalmente, se traduce). (O:167)

Původní anglický termín „*conspicuous consumption*“ se do češtiny překládá jako „okázalá spotřeba“, a nevhodný (a navíc doslovný) překlad do našeho jazyka neexistuje.

Autorův zájem o jazyk se projevuje i na dalších místech. Tyto metajazykové poznámky však již bylo snadné převést do češtiny. Jedná se například o následující případy:

La palabra «payaso» es un dicterio tradicional en España. (O:161) /
...tradiční španělská nadávka – „payaso“ („šašek“) (P:16)

...caballeros...La palabra está bien traída... (O:161) / *...kavalíři. Tento výraz je již zastaralý...* (P:16)

4 ZÁVĚR

Při tvorbě překladu jsem se snažila mít na paměti především funkci výchozího textu. Všechny jazykové prostředky jsem tedy volila s ohledem na českého příjemce, jenž je zvyklý na jiné stylistické normy než adresát španělského originálu. Z tohoto důvodu jsem v textu překladu ubrala na expresivitě, na niž není v odborných textech český čtenář příliš zvyklý. Dalším, a ještě výraznějším, posunem oproti originálu je poměrně velké rozšíření textu zapříčiněné snahou o co nejúplnější převod invariantu výchozího textu. Vzhledem k primárně informativní funkci sdělení jsem totiž na mnoha místech překladu explicitně vyjadřovala implicitně dané významy a souvislosti. Veškeré posuny však měly přispět k vytvoření jednoznačného, jasného a přitom (pokud možno) čtivého textu.

5 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

PRIMÁRNÍ LITERATURA

Miguel, Amando de (2001) La vida cotidiana de los españoles.
Editorial Planeta, Barcelona, s. 155–170.

SEKUNDÁRNÍ LITERATURA

Čechová, M. a kolektiv autorů (2003) Současná česká stylistika. ISV nakladatelství, Praha.

Dubský, J. (1988) Capítulos de estilística funcional comparada. Státní pedagogické nakladatelství, Praha.

Dubský, J. (1993) Medios léxico-gramaticales de la comunicación. Linguistica Pragensia, 1/93, s. 1–7.

Macurová, A. (1995) Nad jazykem současného překladu. In: Spisovná čeština a jazyková kultura, FF UK, Praha, s. 246–249.

Nord, Ch. (2000) What do we know about the target text receiver. In: Investigating translation. Beeby A., Ensinger, D., Presas, M., Barcelona, s. 195–212.

INTERNETOVÉ ZDROJE

<http://prirucka.ujc.cas.cz/>

<http://www.libertaddigital.com/opinion/amando-de-miguel/>

<http://www.filosofia.org/hem/dep/pun/ta004056.htm>

<http://escritoras.com/escritoras/escritora.php?i=23>

<http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Miguel+de+Unamuno&oldid=10476876>

http://es.wikipedia.org/wiki/Amando_de_Miguel

<http://www.ceskatelevize.cz/program/204522161300029.html?&tema=detail>

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Gag%C3%A1t>

<http://www.stoplus.cz/archiv/gagat.html>

SLOVNÍKY

Dubský, J. a kol. (1993) Velký španělsko-český slovník. Academia, Praha.

Kolektiv autorů (1999) Diccionario de uso del español actual. Ediciones SM, Madrid.

Kolektiv autorů (1999) Španělsko-český slovník. FIN Publishing.

<http://www.rae.es>

<http://www.spanishdict.com/translate>

CAPÍTULO VIII

El atuendo y la moda

Durante siglos, el atuendo de las personas corrientes apenas variaba. Esa constancia se rompió durante el último siglo y medio, con el tránsito de la sociedad tradicional a la moderna. Con independencia de las prendas características, destacan algunas novedades. Hoy, la cabeza se suele llevar descubierta. Fue una moda que trajo el fin de la guerra de 1939-1945, que exactamente no fue mundial. Pero mundiales fueron realmente sus consecuencias, como esta del «sinsombrerismo». Hace un siglo no es solo que todo el mundo llevara algo en la cabeza, sino que ese adorno no era azaroso; lo determinaba la posición social. No podía extrañarles esa constancia, porque ese ha sido el uso europeo, por lo menos de los últimos mil años. El destocamiento actual es la verdadera excepción histórica. Sólo el atuendo deportivo impone hoy la moda de cubrir la cabeza, por ejemplo, con la universal «gorra de béisbol» originaria de Estados Unidos. Ha sido particularmente exitoso el capricho de colocarse la gorra con la visera sobre la nuca. Es asimismo una moda norteamericana que ha prendido en todo el mundo. La otra gran importación de Estados Unidos es la de los «pantalones vaqueros», que sólo en España se llaman así.

Desde hace más de un siglo, el atuendo femenino distinguido evoluciona grandemente, pero mantiene una constante. Deja ver una gran parte del cuerpo, compatible con los usos que impone la modestia. Por lo menos eso es así respecto a la norma masculina, que consiste en no dejar ver más que una porción pequeña de la piel. Me sigo refiriendo a la moda elegante, claro está. De

nuevo lo característico del atuendo femenino es que esa parte que se deja ver del cuerpo (brazos, escote, cuello, cabeza y manos) ha de adornarse con objetos de metal noble o con gemas. Naturalmente, caben también los materiales que imitan la prescripción ideal. Esa norma ha llegado hasta hoy mismo, aun con el atuendo femenino tan simplificado. La mujer elegante de hoy sigue llevando una proporción de metal o de piedras más o menos preciosas mucho mayor que el varón. La pretendida igualdad entre los sexos tropieza con esa llamativa excepción. No será la única.

El juego de la moda femenina consiste en dejar ver una parte sustancial de la piel y, al mismo tiempo, cubrirla pudorosamente. El gesto supremo es el de cubrir las rodillas con la mano o con el bolso cuando la mujer está sentada. La falda deja ver generosamente las pantorrillas, las corvas; cada vez más, los muslos. Pero el gesto aludido, al que se añade el del inútil estiramiento de la falda, nos recuerda la continua ambivalencia de tapar y de dejar ver. Decididamente, el vestido es mucho más erótico que el desnudo.

Un cambio muy notable en el paisaje callejero español ha sido la virtual desaparición de los uniformes militares o eclesiásticos, antaño siempre presentes. Tampoco hay ya muchos criados o chóferes de uniforme. Por este lado parece que se asiste a una cierta democratización del atuendo. No es así. Se desvanecen algunos uniformes, pero ascienden y proliferan otros. Son ubicuos los guardias privados de seguridad. Se multiplican las azafatas de reuniones. Los establecimientos de comida rápida uniforman a su personal de forma vistosa. Las personas que practican el arriesgado deporte de la bicicleta se disfrazan con colores y marcas. Se dirá otra cosa, pero a los españoles les siguen gustando los uniformes. Por lo menos, el uniforme da la impresión de trabajo fijo. Es la que quiere transmitir el guardacoches cuando se coloca una gorra de plato. Es un simulacro de autoridad.

A pesar de la tendencia general hacia la igualdad, la ropa sigue siendo un elemento de distinción, de clase social. Siempre han dado realce social las ocupaciones que exigen un atuendo especial, un uniforme. El uniforme convierte a los que lo llevan en miembros de un grupo privilegiado. La bata blanca del personal sanitario no es para mantener la asepsia, sino la distancia con los clientes o con

el resto del personal. Algo parecido sucede con las togas de jueces y abogados. Su función no es la de mantener limpio el traje de calle o la de combatir el ambiente gélido de los palacios de Justicia. La toga identifica a los profesionales del Derecho cuando les interesa aislarse de los clientes, que pueden ser hipotéticos criminales.

Resulta intrigante la evolución del uso del color en la ropa. Durante siglos, hasta la invención de los tintes químicos, a mediados del siglo XIX, la operación de dar color a la ropa era un proceso sumamente caro. Se utilizaban algunas plantas más bien raras y algunos insectos, como la cochinilla. Tan caros eran los métodos de tinter que solo los personajes encumbrados podían disponer de ropas de vivos colores, que era lo que más apreciaba la población de esa época prequímica. La mayor parte de los vestidos eran pardos o blancos, al modo *frailuno*. Hay una aparente excepción al uso de los colores por la aristocracia y la realeza. Es la moda de los trajes de riguroso negro que impuso Felipe II a los nobles de su tiempo, no solo españoles. Sin embargo, lo que parecía un signo de austeridad, era más bien de lujo. En las costas caribeñas, los conquistadores españoles descubren una planta que proporciona un tinte de negro brillante, azabache, como jamás se había conseguido. Ese es el negro (carísimo) con que se confecciona la ropa Felipe II, digamos de manera exclusiva. Hasta entonces, el negro que se había conseguido era pardusco, poco atractivo. Era distinción, y no austeridad, lo que caracterizaba el atuendo de Felipe II.

La apoteosis del color en la ropa no se consigue hasta muy avanzado el siglo XIX. Lo precipita el descubrimiento de las anilinas o tintes sintéticos en 1856. Lo fundamental es que, a partir de entonces, la ropa de color ya no se asigna con tanta exclusividad a los ricos. A igualdad de posición social, nuestra sociedad permite más variedad cromática a la ropa, por lo menos la femenina. La monotonía del atuendo masculino se rompe por la corbata. Los dibujos de corbatas se pueden contar por millones. Es un caso extremo de derroche de imaginación. Aun así, hay varones que se oponen resueltamente a la corbata, por considerarla, quizá, una prenda demasiado formal. Es el caso de los estudiantes universitarios o de algunos líderes de partidos nacionalistas. Es curioso, pero si el varón es suficientemente conocido, llama mucho más la atención

cuando *NO* lleva corbata. Es una forma de distinción que practican algunos artistas.

Lo más llamativo del atuendo femenino de hace un siglo era la enorme disparidad según la clase social. Había también variaciones regionales que hoy han desaparecido. Las damas de la aristocracia madrileña se hacían los vestidos en París o al menos por modistas que pasaban por francesas. Debe recordarse el gran atractivo que suponía entonces la «civilización» francesa. Baste recordar que, hacia 1900, menudeaban las manifestaciones políticas en Barcelona de los grupos radicales que promovían la anexión de Cataluña a Francia. De París venía la moda, pero también las ideas. Frente a la *toilette* de las mujeres de clase acomodada, el testimonio recogido por Pilar Folguera indica que las menestras madrileñas se cosían sus modestos vestidos de percal. Sobre los cuales acostumbraban a llevar un mantón o una toquilla. Los zapatos eran únicamente para los domingos. A diario utilizaban zapatillas o alpargatas, por lo general también de confección casera. La cabeza se cubría con un pañuelo, el equivalente del sombrero, reservado a las mujeres elegantes. En las fotografías callejeras de la época se aprecia muy bien la distinta posición social de las personas según el atuendo que llevaban. A los niños de la clase humilde, o incluso media, se les hacía la ropa en casa dando la vuelta y recordando las prendas de los mayores.

La sociedad tradicional establecía una marcada diferencia entre las personas elegantes (una reducida minoría) y todas las demás. La elegancia consistía en corresponder el atuendo, el calzado, los complementos y el tocado con la hora del día. Se añadía un sutil sentido de los colores que entre sí podían conjuntarse. Esas virtudes se han perdido mucho, aunque lo definitivo es que el patrón de la elegancia lo sigue hoy un estrato social más amplio. Puede incluso que en la actualidad obedezca más a razones de personalidad que de clase social. Por otra parte, hay tendencias firmes que significan un cambio decidido en la manera de vestirse y que afectan al conjunto de la sociedad. Por ejemplo, es evidente la tendencia hacia la comodidad.

El cambio de atuendo más radical ha sido el que se impone para ir a la playa. Véase la recomendación que hace un manual de

urbanidad de principios del siglo XX, el de Carmen de Burgos, respecto al traje de baño femenino: «Los trajes para nadar son de pantalón y blusa, de manga corta. Bajo esta blusa se coloca una camiseta y un corsé de correíllas que sostiene el pecho. Algunas señoras llevan también medias y zapatos.» El lector sabrá apreciar el contraste con los bañadores femeninos de hoy día. El biquini ha cumplido más de medio siglo. Durante los últimos lustros no es raro ver en las playas que el biquini elimina incluso el sujetador. La parte de abajo es cada vez más sumaria. El bañador masculino prescinde de la camiseta a mediados del siglo XX, y desde entonces ha cambiado menos.

En contra de lo que parece, la moda en el atuendo (vestido, calzado, tocado, complementos y adornos, objetos personales) no equivale al culto de lo trivial o superficial. Tampoco persigue la moda la novedad por la novedad. Todo se deriva de una cierta afluencia económica que permite cambiar el atuendo, sencillamente porque hay donde elegir. El proceso se instala propiamente en Europa hacia el siglo XVIII. La moda afecta, primero, a una delgada capa aristocrática de la población, para ampliarse durante el siglo XIX a las clases medias. En el siglo XX es ya general, masiva. La moda supone la contención del gusto para acomodarse en cada momento a «lo que se lleva». De no ser así, dada la afluencia económica de la sociedad contemporánea, el atuendo se elegiría un tanto al azar. Es evidente el disparate económico que supondría esa decisión libérrima. Haría muy difícil la elección del atuendo a las personas poco imaginativas o con mal gusto. La sociedad aparecería como un continuo baile de disfraces. Otro inconveniente sería la confusión de papeles. En el gran teatro del mundo, el vestuario no se puede dejar al azar. Así pues, el público acuerda, disciplinado, seguir las pautas de «lo que se lleva» en cada temporada, que puede durar varios años. Pero también sería antieconómico que el atuendo se fijara para mucho más tiempo. Las industrias correspondientes (textil, calzado, etc.) se vendrían abajo por exceso de oferta. Así pues, se instala el equilibrio estable de la moda para evitar las dos alternativas extremas. Ni el atuendo se fija para toda la vida ni las decisiones se toman al capricho del azar. La primera alternativa ha sido la de las sociedades tradicionales, en las que ves-

tico de prendas y de diseño: telas blancas y vaporosas, tallas generosas. La crisis va por otro lado. No llega al baile de disfraces, pero se le acerca. No hay más que ver los abigarrados atuendos de los turistas o los que se llevan en algunas reuniones internacionales. A un observador exterior le sería difícil determinar qué prendas son las que realmente impone la moda.

El capítulo de la moda admite pocas peculiaridades en el caso español. Estamos ante uno de los aspectos unificadores a escala planetaria. Si acaso, se puede advertir una cierta monotonía en el atuendo, mayor que el observado en otras sociedades complejas o desarrolladas. La razón es primeramente económica. Por lo general, son los países menos ricos o más pobres los que mantienen una fórmula de atuendo más estable. Pero hay también una razón extra-económica; no en vano España ya no es un país pobre. La razón (si se puede llamar así) es el alto sentido del ridículo que caracteriza a los españoles. Aunque también es cierto que esa cualidad (virtud o defecto, según se mire) se va perdiendo a chorros. Los españoles del común, sobre todo los varones, se sienten incómodos si su atuendo es diferente, llamativo. La palabra «payaso» es un dictorio tradicional en España. Alude precisamente al atuendo extravagante. Hay elementos característicos del vestido de payaso, como los dibujos de rayas, los colores estridentes o los tirantes.

La sociedad tradicional exigía a una persona elegante, o simplemente acomodada, que llevara siempre el calzado bien limpio, reluciente. Para ello, en una ciudad como Madrid, a principios del siglo XX, había cientos de limpiabotas. Los clientes eran caballeros, como es fácil imaginar. La palabra está bien tralda, porque se trata de un resto aún más tradicional, estamental, cuando la gran distinción social era ir a caballo (o en carruaje) o a pie. La consecuencia visible era que los caballeros llevaban las botas limpias, lustrosas. Luego, los señoritos de medio pelo se embetunaban las botas para aparentar la elegancia de clase que no tenían. La sociedad actual ya no cultiva tanto el indicador de los zapatos acharolados. Los limpiabotas casi han desaparecido. Sin embargo, en una reunión internacional, los españoles siguen distinguiéndose por los zapatos limpios.

La idea de «ciclo» aplicado a la moda lleva a decir que es algo más que sucesión de novedades. Dado que los elementos del

irse, calzarse o acicalarse resultaba caro. Solo un grupito de corresponsales o de artistas podía permitirse el lujo de la variación de los atuendos, y aun así con escasas modificaciones. La segunda alterativa extrema simplemente no ha existido nunca. Sería el baile de disfraces convertido en realidad cotidiana, el capricho convertido en norma. Demasiado caro.

La cuestión no es sólo económica. El equilibrio que supone la moda da seguridad a muchas personas que, si tuvieran que decidir por sí mismas, se sentirían inquietas. Nada más fácil que ponerse «lo que se lleva» (de acuerdo con la condición de cada uno) para sentirse seguro. En cuanto se altera ese equilibrio, puede aparecer el sentimiento de hacer el ridículo. Sin el cual no habría moda posible.

Así pues, la moda se somete a variaciones cíclicas, con una frecuencia variable según las prendas y los objetos, aunque también según las personas que siguen la norma. Hay modas de ciclo largo que parece que no tengan fin. En ese caso nos acercamos al modelo tradicional, el de la constancia del atuendo. Un ejemplo podría ser el éxito de los pantalones vaqueros, que para los jóvenes del mundo entero son una prenda casi tan estable como la toga para los romanos. Otra tendencia estable es el «sinsombrerismo» que impera en los llamados países occidentales. Solo los judíos ortodoxos la siguen a regañadientes. Es una verdadera novedad histórica, pues en casi todas las sociedades las cabezas se han cubierto de algún modo. También es estable la norma de que los varones no lleven faldas. La excepción escocesa no es tal, más que nada porque el *kilt* (que no falda) es solo un traje ritual. Por lo mismo, la apetencia por las vistosas pamelas por parte de las señoras elegantes que asisten a las bodas de postín no constituye una verdadera excepción. He dejado caer la expresión «de postín», un coloquialismo en franco retroceso. Es todo un síntoma de un suceso que sí importa mucho: la actual crisis de la moda como institución. Empieza a no estar muy claro qué sea lo elegante.

La moda entra en crisis cuando una gran parte del público no reconoce la autoridad de los elegantes, los árbitros de la moda. No es que cada uno vista como quiera. Hay incluso una moda que se dice así *ad lib* (*ad libitum*, libérrima), pero no deja de ser una paradoja. La moda *ad lib* es una más, con un tipo caracterís-

atuendo y del gusto no son innumerables, las combinaciones resultantes son limitadas. Se quiera o no, al cabo de algunos cambios, la moda vuelve a un estadio anterior. Lo que se lleva ahora, se llevó en un tiempo pasado. Recordemos que ese «llevar» se refiere a la moda tenida por elegante, no lo que uno se pone para andar por casa o en sus inmediaciones. El carácter cíclico de la moda, al superponerse a varios elementos del atuendo, hace que, a la larga, se asiente sobre una verdadera estructura. Es decir, los cambios son parciales y superficiales. Las piezas del atuendo cambian poco. Los caballeros eligieron los pantalones en el siglo XVIII (entre otras razones, para montar a caballo) y ya no han vuelto al traje talar. Incluso la toga o la sotana, reservadas para actos rituales, las llevan los hombres encima de los pantalones. En el caso de las mujeres, el corsé del siglo XIX evolucionó hacia el sostén o sujetador en el siglo XX y ahí se ha quedado. Más que sostener o sujetar, la original prenda realza. El equivalente masculino son las hombreras.

La moda no es la novedad por la novedad. La prueba es que hay prendas, estilos, diseños y objetos clásicos a los que se vuelve una y otra vez con gusto. Llama la atención, por ejemplo, que las fibras artificiales o los materiales sintéticos no hayan desplazado del todo a la lana, la seda, el algodón, el lino o el cuero. Es más, esas fibras o materiales de siempre, naturales, adquieren por ello un renovado valor. Su producción se sujeta más a la norma de la escasez que los productos artificiales. Por otro lado, lo artificial no acaba de ser lo mismo para el interesante efecto del sentido del tacto. No ha podido imponerse la moda de la ropa interior de nailon. En ese caso, la tendencia a mantenerse en lo clásico significa más dispendio que estar al tanto de las novedades. Es un error creer que la moda, en el sentido de sucesión de novedades, significa necesariamente derroche, artificialidad, gusto por lo efímero. Hay también una racionalidad de la moda. Fuera de algunas excruciantes, la moda tiende a un equilibrio estable entre la repetición y la novedad. No hay que confundir el tipo de ropa que se muestra en las pasarelas con la que después realmente se lleva. La pasarela está para dar prestigio a determinadas marcas. Es algo así como los coches de «fórmula uno»; serán perfectos, pero no son

coches comerciales. Por cierto, lo dicho sobre la moda por antonomasia, la del atuendo, también podría servir para los coches.

La moda cambiante no se refiere sólo al vestido, lo que envuelve al cuerpo. También se altera el modo de presentar el cuerpo a los demás. Tómese el ejemplo del bronceado. No fue siempre un símbolo de ocio y distinción. En la sociedad tradicional, las clases acomodadas presumían de una cuidada palidez. El bronceado era entonces un signo del trabajo esforzado al aire libre. Las campesinas más miradas se cubrían parte del rostro con un pañuelo para que no les diera mucho el sol. En la sociedad actual se han invertido los términos. Las personas de las clases dirigidas son las que pueden ir bronceadas todo el año, porque viajan y se solazan en playas o en estaciones de esquí. El bronceado completo se logra en los gimnasios con lámparas especiales. Sin embargo, el ciclo de la moda se completa, porque vuelve otra vez el rechazo del exceso de sol. Ahora es por razones de prevención del cáncer de piel, que adquiere caracteres de epidemia a causa de la destrucción de la capa de ozono en la atmósfera. O por lo menos, ese es el razonamiento oficial, que más parece un saber astrológico. Sea como sea, el hecho es que vuelve a valorarse una cierta palidez, ahora por otras razones. No es el único caso en el que la sociedad tradicional y la de ahora mismo presentan usos parecidos, aunque se justifiquen de distinta forma.

La moda es siempre un ejercicio de humildad, al recordarnos que no hay un gusto eterno, que la elegancia de hoy será considerada mañana de mal tono. El principio se cumple para las prendas de vestir, la decoración del hogar o las formas de conducirse, entre otras varias manifestaciones del estilo de vida. En la generación anterior, la clase media ilustrada consideraba un signo de distinción colgar una reproducción del *Guernica* en el cuarto de estar. Antes había cumplido ese mismo papel para la clase media tradicional la reproducción de *La Santa Cena* de Leonardo da Vinci. Hoy serían de mal gusto ambas prácticas. Lo fundamental es que, en cada momento, hay un detalle decorativo que se estiliza. Aunque se diga que han desaparecido las ideologías, en nombre del ecologismo, hoy se proscriben gestos antes elegantes, como los abrigos de pieles o la decoración de colmillos de elefante.

La moda aparece más estructurada de lo que hace creer la falsa noción de que es el dominio de lo efímero, el capricho. Nada de eso. Por ejemplo, ha sido siempre un fracaso la pretendida moda *unisex*, esto es, igual para varones y mujeres. Tendría cierta lógica económica, y sin embargo no ha podido imponerse más allá de algunas prendas «informales». El dato de una moda masculina y otra femenina es una constante que se impone a la fantasía de las respectivas novedades. Otra cosa es que las mujeres admitan ciertos elementos de la moda masculina; por ejemplo, las hombreras, los pantalones, el traje de chaqueta. Pero un artículo tan práctico y elegante como el bolso no ha podido aceptarse con naturalidad por parte de los varones. En España, el bolso masculino recibió en los años sesenta el oprobioso nombre de «mariconera». Ha caído en desuso fuera de su función como artículo de viaje. En cambio, la gente joven de ambos sexos ha acogido con furor la mochilla.

La moda presupone elección. Por eso lo primero que hacen las revoluciones es proponer un uniforme y congelarlo, intentar que no evolucione. El pobre de solemnidad o la persona que se viste de uniforme o va con ropa de trabajo no pueden elegir su indumentaria; en consecuencia, la moda no va con ellos. Siempre que se pueda elegir, aunque sea de forma poco consciente, el atuendo quiere significar algo, por lo menos un estado de ánimo. Aunque se considere el vestido como una forma de tapar el cuerpo, realmente su función es la de realzarlo. Se puede cuidar, incluso, un cierto desaliño con ánimo de molestar, que es otra forma de llamar la atención. La elección del atuendo se realiza dentro del ropero de cada uno. Fuera de algunos ambientes juveniles, la ropa no es intercambiable. Menos lo es aún cuando se intentan atravesar las barreras del sexo. Mejor dicho, las mujeres pueden ponerse prendas de hombre, pero es mucho más difícil el intercambio inverso. Las diferencias de la indumentaria entre varones y mujeres se aporran más en la costumbre que en la anatomía. De hecho, durante siglos los pantalones fueron una prenda más femenina que masculina. Actualmente se tolera bien la moda *unisex* en las prendas deportivas, por ejemplo, el chándal o el calzado deportivo. Compara este último con los zapatos de vestir, los cuales se alejan mucho más de la forma anatómica del pie. En asunto del vestir, la

elegancia tradicional suele estar reñida con la comodidad. No hay nada más penoso que ver, comprimido en su frac, al director de orquesta. Es también un uniforme.

Suponen los expertos que la moda es un proceso de imitación de arriba abajo, esto es, las clases populares tratan de parecerse a «lo que se lleva» en las altas esferas. El proceso es evidente, pero admite numerosas excepciones, lo que indica que hay algo más que el deseo de imitar a los de arriba. Me he referido a la tendencia del «sinsombrerismo», verdaderamente terca en nuestro tiempo. Pues bien, se trata de una moda que sube de abajo arriba. Las clases distinguidas no tienen más remedio que plegarse a la presión de las clases populares, reacias a tocarse la cabeza. Es una suerte de extraño plebeyismo, que en España se da en otras muchas manifestaciones; por ejemplo, el habla. Incluso la reciente moda de la gorra de béisbol (y no digamos si se lleva al revés, con la visera en el cogote) es algo que viene desde abajo. De poco vale que la adopten los jugadores de golf. Es una prenda definitivamente plebeya, como suelen ser casi todas las modas deportivas. Otra ilustración parecida es la que se refiere al calzado deportivo, que ha llegado a ser más caro que el convencional, pero que también es vulgar. El hecho de que lo luzcan algunos altos ejecutivos más exhibicionistas no hace sino confirmar la interpretación del plebeyismo.

Es una lástima que, hasta el siglo XIX, no hayamos tenido la fotografía como fuente para precisar la moda de cada momento. La pintura no puede ser tan neutra como la fotografía. La pintura exagera la fastuosidad del traje. El pintor añade muchas veces el traje de gala, el más distinguido, a la figura del retratado. Por la misma razón, los cuadros de batallas nos proporcionan la falsa impresión de que los ejércitos del pasado iban todos brillantemente uniformados. Se trata, igualmente, de una corrección del pintor a la mayor gloria del príncipe o del general correspondiente. Con la fotografía, sobre todo la «instantánea», prácticamente ya en el siglo XX, nos hemos percatado de que los atuendos, en la realidad, no eran tan opulentos. Las fotografías de la guerra civil, rojos o nacionales, revelan una indumentaria de los combatientes más bien abigarrada y miserable. Así debió de ser en casi todas las guerras del pasado. Por lo mismo, las clases aristocráticas o acomodadas no debían de

adornarse con tantos perifollos como figuran en los cuadros. Ciertamente es que esos trajes existían, pero seguramente se empleaban solo para las ocasiones. Es como si un historiador del futuro se hiciera con la película de la coronación de Isabel II de Inglaterra y dedujera que así vestían los ingleses del siglo XX. Cometería un manifiesto error de interpretación.

El problema más difícil de resolver es por qué cambian las modas con un ritmo caprichoso, desde luego muy superior al que supondría el completo aprovechamiento de los atuendos. La creencia sociológica general es que ese derroche lo provocan las clases acomodadas para distinguirse, para provocar envidia. Es la teoría del «consumo ostensible» de Veblen, que Lipovetsky rechaza a través del método comparativo. Si se acepta ese mecanismo, el ritmo de la moda hubiera existido también en las sociedades antiguas, anteriores a la Europa de la edad moderna. No es así. Cabe dar la vuelta al argumento, ya clásico, de Veblen. En las sociedades antiguas se mantenía un esquema fijo y desigual. Los ricos vestían mucho mejor que los pobres. Cada uno estaba en su sitio sin posibilidad de confusión. En un primer momento (más o menos el siglo XVIII), la moda se ajusta a la teoría del «consumo ostensible». Las clases aristocráticas cambian fugazmente de atuendo elegante (con el que se hacen retratar) para que las clases medias no los puedan imitar. La moda es entonces un vehículo de diferenciación social. Una reacción por parte de las clases medias es que, darse en lo que, a partir del siglo XVIII, empieza a ser el traje regional o nacional. Obsérvese que esos trajes, en Europa, casi todos tienen la estructura del atuendo dieciochesco. Por eso decía Unamuno que todos los trajes regionales europeos parecen el mismo. Es una de tantas paradojas que atraen la mirada de águila del vasco de Salamanca. Por cierto, don Miguel llevaba una indumentaria muy personal, casi como si fuera un pastor protestante.

La moda sigue su curso hasta llegar al siglo XX con la innovación de la ropa confeccionada. A partir de entonces, las clases modestas pueden imitar muy bien la hechura y el gusto del atuendo elegante. Dado que los precios se abaratan, es preciso hacer rotar la moda para que no se produzca una tediosa uniformización de la sociedad. Es la que persiguen algunas sectas norteamerica-

nas, como los Amish, que se detienen en la ropa campesina del siglo XIX. El conjunto de los países occidentales no pueden aceptar tal extravío. Al contrario, se impone la rotación del vestuario incluso por temporadas. La función principal ya no es la de hacer que los de arriba se distinguan de los de abajo. Entre otras razones, porque los «árbitros de la moda» son ahora profesionales. Las clases pudientes pueden permitirse el lujo paradójico de no seguir el paso de la moda; son las que valoran «lo clásico». Los aficionados a las novedades de la indumentaria no son los pobres, claro está, pero sí una capa intermedia de personas cuyo oficio les permite figurar. Las novedades de la moda las traen no los ricos, sino los «famosos», que es otra categoría. Como su papel social es precisamente el de llamar la atención, se comprende que exijan una alta rotación a la moda. La cual tiene ahora otra razón de ser: la industrial.

Los verdaderos «árbitros de la elegancia» no son personas físicas sino grandes empresas. Son las que fabrican las fibras y los tejidos que han de servir a la industria de la confección. Lo lógico es que se pongan de acuerdo para «lanzar» unas pocas líneas por temporada para así abaratar los costes. La llamada «alta costura» es solo la manifestación pública y estética de esa previa decisión empresarial. Lo que no se vende al final de la temporada pasa a la sección de rebajas, un mecanismo imprescindible para deshacerse de los modelos antiguos. De esa forma se promueve una cierta igualdad social, por lo menos en la faceta de la indumentaria. Paradójicamente, la clase alta y la baja se parecen en que van un poco retrasadas con la moda que «se lleva» cada temporada. Se ha deslizado mucho el principio del «consumo ostensible» (y no «conspicuo», como a veces, literalmente, se traduce).

La moda en el vestir está para corregir la naturaleza. No todas las personas pueden ser guapas, entre otras cosas porque la belleza solo se mantiene mientras se es joven. Ahora bien, casi todas las personas pueden ser elegantes, con tal de que se preocupen de vestir bien y tengan capacidad para ello. La belleza se tiene; la elegancia se adquiere. La consecuencia paradójica es que la moda cumple una función democratizadora, igualadora, justo lo contrario de lo que parece a primera vista.

El último tercio del siglo XX se caracteriza por lo que Lipovetsky llama la «moda abierta». Ya no es tan exclusiva la confección original para unas pocas mujeres distinguidísimas, la «alta costura». Se trata ahora de una industria multifacética, para los dos sexos y para amplias capas de la población. No solo se vende ropa hecha, sino perfumes, cosmética, complementos y todo tipo de objetos con algún detalle estético y personal. En realidad lo que se difunde es un amplio repertorio de marcas, logotipos, diseños para una clientela masiva. Definitivamente, se impone el estilo deportivo en la indumentaria y en la vida. La moda es cada vez más comunicación, símbolos. La moda ha entrado también en la complejidad.

Un rasgo muy característico de la sociedad actual es la continua exhibición de marcas en el atuendo. No hay que llegar al adefesio que significa la profesión de marcas comerciales sobre la ropa de los ciclistas, los corredores de coches y otros deportistas. En la vida de relación social se ha convertido en un detalle elegante la marca visible del bolso, los zapatos, el polo y otras prendas. Es una publicidad gratuita que a nadie parece incomodar. Un anagrama comercial de mucho uso da prestigio, por incomprensible que pueda parecer a un observador desapasionado.

La diversificación y generalización de la moda actual significa que ya no hay una capital de la moda, París, sino que esa primacía se reparte entre diversos países. A España le toca también su modesta parte, con diseñadores propios que ya no tienen que emigrar a París o a Nueva York. Las ciudades españolas disponen hoy de las mismas tiendas de moda que existen en los países centrales. Algunas marcas españolas son internacionales. También por este lado superficial los españoles tienen la sensación de «estar en Europa».

La moda, al ser el dominio del capricho, representa un gran obstáculo para la interpretación de los cambios. ¿Por qué durante tantos siglos los varones han estado tan cómodos con el traje tallar (las faldas) y hoy resulta tan rechazable? No es fácil encontrar razones, como no las hay para explicar la decadencia del abanico, un objeto tan simple, tan bello y tan útil. Definitivamente, la moda admite un elemento azaroso, de capricho, que resulta de difícil previsión.

La moda no sería la institución que conocemos si no existiera el placer de imitar a los modelos propuestos por parte del público. Es un misterio por qué la reiteración generalizada produce contento, pero así es. La imitación produce cansancio. De otro modo habría pocas modas y serían eternas. Esa vocación la tienen los pantalones vaqueros y otras raras creaciones. Por lo general, ocurre lo contrario, un continuo vaivén que oscila temporalmente de lo corto a lo largo, de lo holgado a lo ajustado. La oscilación es necesaria para que los famosos logren distinguirse de sus seguidores.

La moda es compañera del imperio, si se me permite parafrasear el famoso dicho de Nebrija. Me refiero a la moda como institución que dirige y prescribe lo que se va a llevar en cada momento. Esa difusa decisión empieza a funcionar en muy pocos centros: París y Londres primero, luego Nueva York y Milán, más tarde Tokyo y muy pocas ciudades más. No es casualidad que esos contados centros de la moda coincidan con los que hacen ciencia. No se trata de una espontánea creación de unas pocas ciudades. La prueba que tanto los modistos o diseñadores como los científicos son gremios con una gran movilidad geográfica. Se establecen en esas grandes ciudades porque el negocio de la moda o el de la ciencia necesitan una gran concentración física. Pero constituyen un tipo humano que proviene de distintos países. Otro paralelismo entre los diseñadores de moda y los científicos es que surgen en un medio familiar propicio, es decir, son cualidades profesionales que hasta cierto punto se heredan.

Es fácil dar una interpretación maquaviélica o conspiratoria a la moda: unos pocos «árbitros» determinan el atuendo que el público va a llevar. Aunque así fuera, ¿por qué habrían de estar conformes con una misma tendencia? Lo que es más problemático, ¿por qué el público habría de hacerles caso? La razón es eminentemente práctica. Llegar a un momento en el que el consumo de ropa, calzado y complementos se hace tan masivo que cabe el peligro del azar. Si cada uno se pusiera lo que quisiera, el resultado podría ser demasiado oneroso. Sufrirían los consumidores pero también las empresas textiles y similares. Se impone, pues, una cierta economía. El gusto tiene que ser dirigido para que, entre otras cosas, las empresas de tejidos y otros materiales se preparen con un mues-

trario reducido. Así pues, paradójicamente, el negocio de la «alta costura» sirve para hacer más asequible la moda. En realidad, los verdaderos árbitros de la moda son los que diseñan las telas (cuyo centro natural ha sido Londres). Esa decisión condiciona las que luego van a tomar los diseñadores de París, Nueva York, Milán, Hollywood y otras ciudades, siempre pocas. De esas ciudades provienen las modas y los gustos, pero no solo los del vestir. Es el estilo de vida de todo el mundo el que se difunde desde unos pocos centros. Es lo que se llama «globalización», que no solo se aplica a las empresas.

CAPÍTULO IX

La vida hacia afuera

La vida cotidiana se ha transformado por la técnica. Las máquinas sirven para producir artículos que al final se consumen. El medio natural es casi siempre un medio humanizado. El ejemplo más característico es la ciudad. La técnica se introduce directamente en la vivienda, que es donde se vive, pero la vida está también fuera de casa. Las aglomeraciones urbanas son posibles porque la técnica ha supuesto el abaratamiento del transporte. Será menester dar un repaso a todas esas manifestaciones del dominio del medio. Tienen de común el hecho de que manifiestan el modo de proyectarse la vida cotidiana hacia afuera. Es uno de los aspectos que mejor distinguen la sociedad tradicional de la moderna.

Durante mucho tiempo, la gran distinción urbanística en España no ha sido entre el campo y la ciudad, sino entre los pueblos y las capitales. La capital contenía ciertos elementos simbólicos, que han ido cambiando. En la España tradicional, esos símbolos podían ser la Catedral, el Instituto de Enseñanza Media, el Gobierno Civil. Madrid, como capital de la nación, era excepcional. Carecía propiamente de catedral, contaba con varios institutos de enseñanza media y el Gobierno Civil quedaba eclipsado por el Palacio Real o el Congreso de los Diputados. La situación actual es algo diferente. Ahora es cuando propiamente se puede hablar de ciudades. Algunas no son capitales de provincia, pero sí pujantes centros económicos o culturales (Vigo, Santiago, Gijón, Cartagena, Jerez de la Frontera). Los símbolos urbanos son ahora la Universidad, el Aeropuerto, el Palacio de Congresos y El Corte Inglés.